



Hak Cipta Diilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN DESAIN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA BEAT (STUDI KASUS PADA
MASYARAKAT DESA HIDUP BARU,
KAMPAR KIRI TENGAH)**

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

AGUSTIN EKA NURHASANAH
NIM: 11671202247

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2020



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

: AGUSTIN EKA NURHASANAH

: 11671102247

: MANAJEMEN PEMASARAN

: S1 MANAJEMEN

: EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

: IX (SEMBILAN)

: PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN DESAIN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA BEAT PADA MASYARAKAT DESA HIDUP BARU,
KAMPAR KIRI TENGAH

Disetujui Oleh :

PEMBIMBING

FERIZAL RACHMAD, SE,MM

NIP.197502162014111001

Mengetahui :

DEKAN

KETUA PRODI S1 MANAJEMEN

Dr. Drs. H. MUH. SAID HM. M.Ag. MM

NIP. 19620512 198903 1 003

FAKHRURROZI, SE, MM

NIP. 19670725 200003 1 002

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
UIN Suska Riau

State Islamic University of Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : AGUSTIN EKA NURHASANAH
 NIM : 11671202247
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 JURUSAN : SI MANAJEMEN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : IX (SEMBILAN)
 JUDUL : PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,
 DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
 PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT PADA
 MASYARAKAT DESA HIDUP BARU KECAMATAN
 KAMPAR KIRI TENGAH
 TANGGAL UJIAN : 11 NOVEMBER 2020

DISETUJUI OLEH,

KETUA PENGUJI

Sahwitri Triandani, SE, M.Si
 NIP. 198208062006042002

MENGETAHUI,

PENGUJI I

Dr. Hj. Mahyarni SE, MM
 NIP. 197008261999032001

PENGUJI II

M. Rachmadi, SE, MM
 NIK. 130717111



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DESA HIDUP BARU KAMPAR KIRI TENGAH)

Agustin Eka Nurhasanah
11671202247

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan antara kualitas produk, citra merek dan desain produk terhadap keputusan pembelian Konsumen sepeda motor Honda Beat pada Masyarakat Desa Hidup Baru Kampar Kiri Tengah. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dengan menggunakan alat uji regresi linear berganda. program SPSS V.23. pada penelitian ini berdasarkan uji T statistik yang dilakukan menunjukkan bahwa variable kualitas produk(X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian(Y), citra merek (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) dan desain produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Melalui uji F diketahui bahwa secara bersama-sama variabel dependen berpengaruh terhadap variabel independen. Angka Adjusted R Square sebesar 0,751 atau 75,1% yang menunjukkan bahwa 75,1% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen. Sedangkan 24,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Desain Produk dan Keputusan Pembelian

UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Al-hamdulillahirobbil'alamin

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Rasullullah Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Hidup Baru Kampar Kiri Tengah)”**.

Penyusunan skripsi ini merupakan langkah awal untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan di Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Saya sebagai penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta do'a dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini saya sebagai penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Untuk keluarga besar khususnya ke dua orang tua saya, ayahanda Lebo Nasarudin dan ibunda Sunarti terima kasih yang tak terhingga untuk segala do'a yang tidak pernah berhenti mulai dari saya lahir sampai saat ini. Saya akan berusaha semaksimal mungkin untuk menjadi orang yang mampu membuat Bapak dan Mamak tersenyumbahagia melihat kesuksesan yang saya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

raih nantinya. Dan untuk saudara saya Amroni Farid Abdillah semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.

2 Bapak Prof. Dr.Suyitno, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

3 Bapak Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag.MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

4 Ibu Prof. DR. Leny Nofianti, MS, M.Si, Ak.CA selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

5. Ibu Dr. Julina, SE, M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

6. Bapak Dr. Amrul Muzan, S.HI, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

7 Ibu Ainun Mardhiah, SE, MM selaku Penasehat Akademik Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

8 Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku ketua Jurusan SI Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

9 Ibu Astuti selaku sekretaris Jurusan SI Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

10 Bapak Ferizal Rachmad, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam penulisan Skripsi ini.

11 Bapak/Ibu Dosen serta Karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

12 Seluruh Masyarakat Desa Hidup Baru Kampar Kiri Tengah yang telah memberikan kesempatan dan bantuan kepada penulis untuk melakukan penelitian sehingga skripsi ini dapat diselesaikan

13 Sahabat yang selalu ada dari awal perkuliahan, Cici, Tiara, Anggi, Lastri, Dilla, kelas Manajemen E angkatan 16, sahabat Nelvin, sahabat KKN Desa Bono Tapung dan Antum Squad yang telah memberikan dukungan, do'a serta nasehat yang tulus kepada penulis selama ini.

14. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis menjadi pahala dan diberikan balasan yang berlipat ganda oleh ALLAH SWT.

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan pada penulisan Skripsi ini. Penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan isi dari Skripsi ini serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya dan bagi penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan di tengah-tengah masyarakat.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, September 2020

Penulis,

AGUSTIN EKA NURHASANAH

NIM: 11671202247

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR DIAGRAM	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian 10	
1.5 Rencana Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	12
2.2 Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.2.1 Pandangan Islam Tentang Kualitas Produk	13
2.2.2 Indikator Kualitas Produk	14
2.3 Pengertian Citra Merek.	16
2.3.1 Jenis-jenis Citra Merek	16
2.3.2 Pandangan Islam Tentang Citra Merek.....	17
2.3.3 Indikator Citra Merek.....	18
2.4 Desain Produk	19
2.5 Keputusan Pembelian.....	21
2.5.1 Hubungan Keputusan Pembelian terhadap Kualitas produk, Citra merek, dan Desain produk.....	22
2.5.2 Pandangan Islam Tentang Keputusan Pembelian	24
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	26
2.6 Penelitian Terdahulu	28



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dianggap mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7 Kerangka Pemikiran.....	32
2.8 Operasional Variabel.....	33
2.9 Hipotesis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
3.2 Jenis dan Sumber Data	38
3.2.1 Jenis Data.....	38
3.2.2 Sumber Data	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.4 Populasi dan Sampel	39
3.4.1 Populasi	39
3.4.2 Sampel	40
3.5 Teknik Skala Pengukuran.....	41
3.6 Metode Analisis Data	42
3.6.1 Analisis Kuantitatif	42
3.6.2 Analisis Deskriptif.....	43
3.7 Uji Kualitas Data.....	43
3.7.1 Uji Validitas	43
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.8 Uji Asumsi Klasik	44
3.8.1 Uji Normalitas	44
3.8.2 Uji Multikolinearitas	44
3.8.3 Uji Outokorelasi	45
3.8.4 Uji Heteroskedastisitas	45
3.9 Uji Regresi Linear Berganda.....	46
3.10 Pengujian Hipotesis.....	47
3.10.1 Uji Simultan (Uji F)	47
3.10.2 Uji Parsial (Uji T)	47
3.10.3 Uji Korelasi (Uji R)	48
3.10.4 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	48



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

4.1 Sejarah Singkat Desa Hidup Baru	50
4.1.1 Sejarah Desa Hidup Baru	50
4.1.2 Batas Wilayah Desa.....	50
4.1.3 Luas Wilayah Desa.....	50
4.1.4 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.1.5 Lembaga Pendidikan	51
4.1.6 Data Tempat Ibadah.....	51
4.2 Kondisi Pemerintahan Desa	52
4.2.1 Lembaga Pemerintahan	52
4.2.2 Lembaga Kemasyarakatan.....	52
4.3 Pembagian Wilayah.....	52
4.4 Visi dan Misi.....	53
4.4.1 Visi.....	53
4.4.2 Misi.....	53
4.5 Struktur Organisasi Desa	54

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden	59
5.1.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	59
5.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	60
5.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
5.1.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan	61
5.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	62
5.2.1 Kualitas Produk (X1)	62
5.2.2 Citra Merek (X2).....	64
5.2.3 Desain produk (X3).....	65
5.2.4 Keputusan Pembelian (Y)	67
5.3 Uji Kualitas Data.....	69
5.3.1 Uji Validitas	69
5.3.2 Uji Reliabilitas.....	73
5.4 Uji Normalitas.....	74



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.5 Uji Asumsi Klasik	75
5.5.1 Uji Multikolienieritas	75
5.5.2 Uji Heterokedastisitas	76
5.5.3 Uji Autokorelasi	78
5.6 Analisis Data Penelitian	79
5.6.1 Regresi Linear Berganda	79
5.6.2 Uji Secara Parsial (uji T)	80
5.6.3 Uji Secara Simultan (uji F)	82
5.6.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	83
5.7 Pembahasan	85
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	90
6.2 Saran	91

Daftar Pustaka

Lampiran



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor di Cv Mitra Honda Kecamatan Kampar Kiri Tengah	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 2.2 Konsep Operasional Variabel	34
Tabel 3.1 Kriteria Pengujian	48
Tabel 5.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 5.2 Data Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 5.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel 5.4 Data Responden Berdasarkan Pendidikan	61
Tabel 5.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kualitas Produk (X1).....	63
Tabel 5.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Citra Merek (X2)	64
Tabel 5.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Desain produk (X3)	66
Tabel 5.8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Keputusan Pembelian (Y).....	67
Tabel 5.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	70
Tabel 5.10 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2).....	71
Tabel 5.11 Hasil Uji Validitas Desain produk (X3).....	72
Tabel 5.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	73
Tabel 5.13 Hasil Uji Rekapitulasi Reliabilitas.....	74
Tabel 5.14 Hasil Uji Rekapitulasi Multikolinearitas	76
Tabel 5.15 Hasil Uji Rekapitulasi Autokorelasi	78
Tabel 5.16 Nilai Koefisien Regresi	79
Tabel 5.17 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	81
Tabel 5.18 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	83
Tabel 5.19 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	84

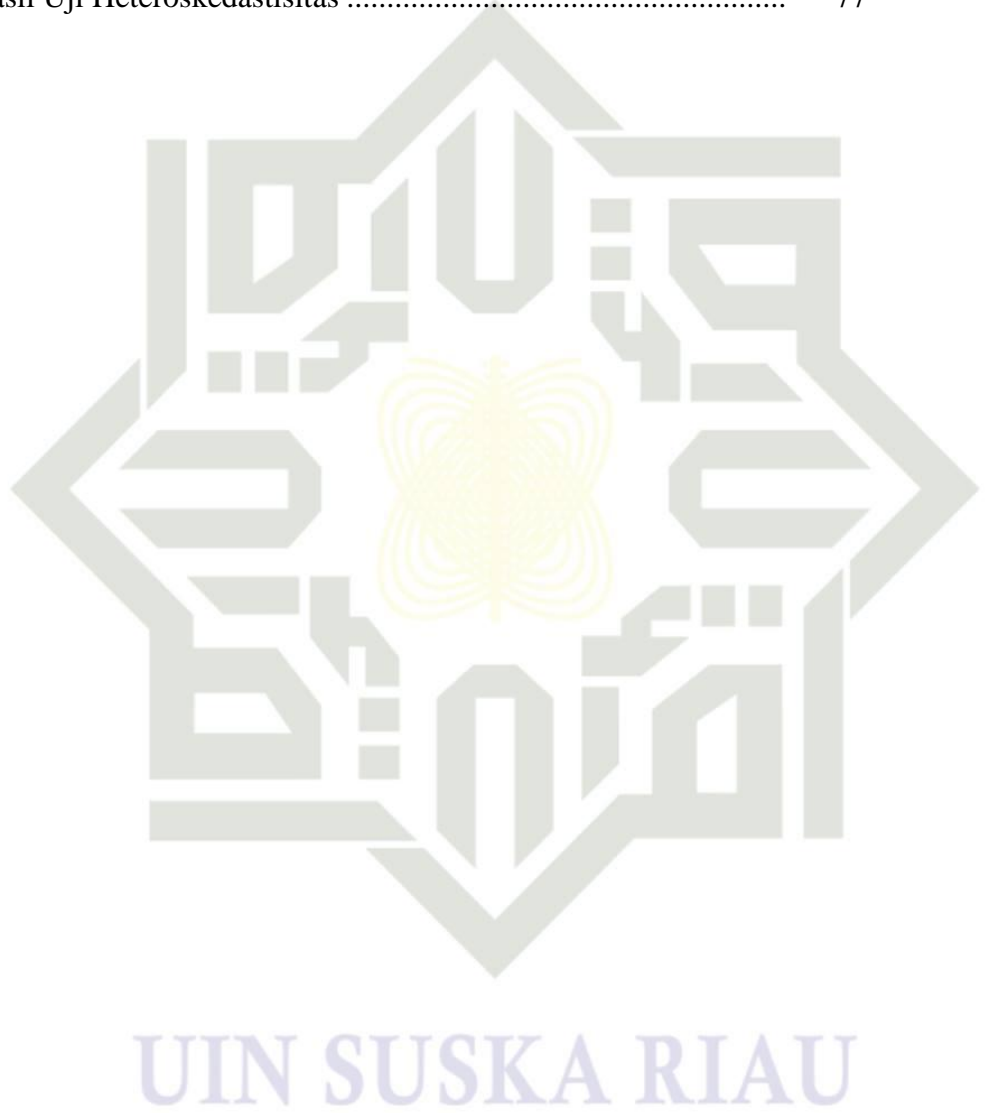


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Desa.....	54
Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas.....	75
Gambar 5.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Data Pengguna sepeda motor Honda Beat pada Masyarakat Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah.....	6
Diagram 1.2 Data Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Beat pada Masyarakat Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah	6
Diagram 1.3 Data Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Beat pada Masyarakat Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah	7
Diagram 1.4 Data Desain produk terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Beat pada Masyarakat Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah	7



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman modern ini, alat transportasi menjadi penunjang aktifitas sehari-hari yang sangat penting. Sekarang ini sepeda motor dengan berbagai merek telah dipasarkan diseluruh Indonesia serta mendapatkan respon positif dari para konsumen. Hal ini dapat dilihat dari permintaan akan sepeda motor di Indonesia setiap tahun terus mengalami peningkatan. Sepeda motor sangat diminati oleh masyarakat sebagai sarana transportasi yang membantu penggunaanya dalam kegiatan sehari – hari. Salah satu inovasi dari sepeda motor saat ini yaitu jenis otomatis, sepeda motor jenis otomatis menguasai pangsa pasar dengan penjualan yang hampir setara dengan sepeda motor bebek yang merupakan produk andalan.

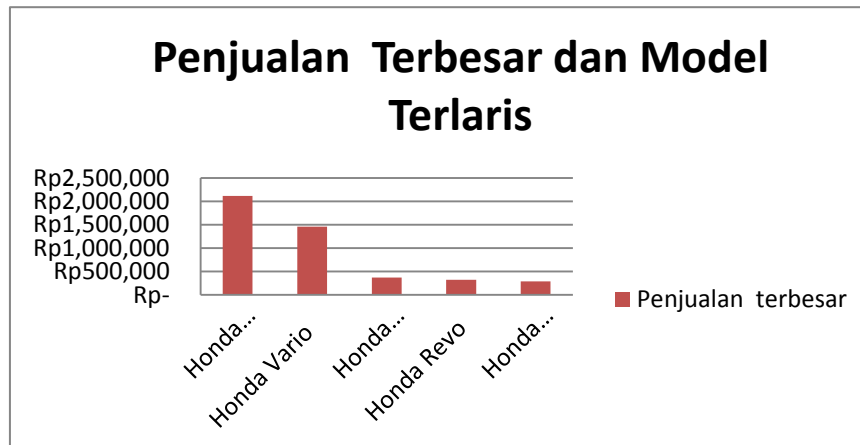
Konsumen pada saat ini cukup kritis dalam menentukan suatu produk, keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian konsumen terhadap bentuk dan kualitas produk itu sendiri, biasanya pelanggan akan membeli produk yang berkualitas untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Keunggulan teknologi motor Honda diakui di seluruh dunia dan telah dibuktikan dalam berbagai kesempatan. Honda pun mengembangkan teknologi yang mampu menjawab kebutuhan pelanggan yaitu mesin “bandel” dan irit bahan bakar, sehingga menjadikannya sebagai pelopor kendaraan roda dua yang ekonomis. Salah satu yang memegang penjualan terbanyak adalah jenis skuter matik Honda Beat. Tercatat Selama periode Januari sampai Juli 2019 ini

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sepeda motor baru yang terjual mencapai 3.753.271 unit di pasar domestik.

Angka ini naik 4,36% dibandingkan kurun waktu yang sama Januari – Juli 2018.

Gambar 1.1 Penjualan Honda



Sumber : www.astra-honda.com

Dari data diatas dapat dilihat bahwa Honda menyumbangkan 5 model terlaris dipasaran, dimana Honda Beat menempati penjualan terbesar dan model terlaris pada Januari sampai Juli 2019 dengan penjualan sebesar 2.117.948 unit, Honda Vario series sebesar 1.454.685 unit, kemudian disusul Honda Supra series dengan penjualan sebesar 368.159 unit, Sepeda motor Revo series sebesar 322.682 unit, dan terakhir Honda Scoopy sebesar 285.830 unit, ini membuktikan bahwa sepeda motor Honda Beat berkualitas sehingga diminati banyak konsumen.

Merek berperan penting dalam memberikan kontribusi dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Penetapan merek yang baik akan menimbulkan citra merek yang kuat dibenak konsumen. Karena merek yang sudah melekat di hati konsumen merupakan aset yang paling berharga bagi perusahaan. Dengan mempertahankan keunggulan citra merek yang dimiliki sebenarnya perusahaan menginginkan terdapat sikap konsumen yang selalu menyukai merek, menunjukan perilaku yang loyal terhadap merek tersebut



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta ini milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sehingga menimbulkan sikap puas akan merek tersebut dan juga berkomitmen terhadap merek tersebut. Hal ini merupakan aspek penting dalam keputusan pembelian.

Produk industri otomotif sangat kompetitif dalam membuat desain, warna, bentuk, dan kecanggihan teknologi. Desain yang baik dimulai dengan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pelanggan. Menurut **Kotler dan Keller (2012:332)** mendefinisikan “*design is the totality of features that affect how a product looks, feels, and function to a customer*”. Hal ini berarti bahwa desain merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk terlihat, terasa dan berfungsi bagi konsumen.

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan oleh perusahaan untuk merumuskan strategi pemasaran yang nantinya akan diimplementasikan dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk mereka di pasar.

Menurut **Sunyoto (2013)** dalam buku yang berjudul perilaku konsumen menjelaskan ada beberapa elemen yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya Citra merek, Kualitas produk, Harga, saluran distribusi dan promosi.

Dalam penelitian ini, penulis hanya akan membahas mengenai citra merek, kualitas produk dan desain kaitannya dalam pengambilan keputusan pembelian. Peneliti memilih ketiga variabel ini karena merasa tiga variabel ini sangat cocok untuk mewakili penilaian terhadap sepeda motor Honda Beat.

Masyarakat Desa Hidup Baru Kecamatan Kampar Kiri Tengah merupakan masyarakat transmigrasi, dimana aspek jalan di daerah itu belum terlalu baik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta ini milik UIN Suska Riau

masih banyak jalan tanah yang dikelilingi oleh kebun kelapa sawit dan karet sebagai mata pencaharian masyarakat desa tersebut, tetapi sebagian besar masyarakat menggunakan skuter matik sebagai alat transportasinya dimana Honda Beat menjadi yang terlaris didaerah ini, tercatat pada Cv Mitra Honda Kecamatan Kampar Kiri Tengah Honda Beat menjadi sepeda motor dengan penjualan terlaris pada Januari – November 2019.

Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor di Cv Mitra Honda Kecamatan Kampar Kiri Tengah Tahun 2019

Sepeda Motor	Penjualan Januari-November 2019
Honda Verza	18
Honda CRF	9
Honda CB Street fire	29
Honda CBR	7
Honda Revo	95
Honda Supra	89
Honda Supra GTR	10
Honda Beat Series	575
Honda Scoopy	141
Honda Pcx	16
Honda Vario	86
Honda Genio	36
Honda ADV	2

Sumber: Cv Mitra Honda Kampar Kiri Tengah, 2019

Dari data diatas dapat dilihat bahwa jauh perbandingan penjualan sepeda motor Honda Beat dengan jumlah penjualan 575 unit dengan jenis sepeda motor lainnya, disusul oleh Honda Scoopy dengan penjualan 141 unit, posisi ketiga Honda Supra dengan penjualan 89 unit, dan jenis – jenis sepeda motor Honda lainnya, dapat diambil kesimpulan bahwa pengguna skuter matik sangat tinggi di Desa Hidup Baru Kecamatan Kampar Kiri Tengah terutama sepeda motor Honda Beat. Untuk mengetahui tanggapan responden atas Kualitas Produk, Citra Merek dan Desain produk mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda

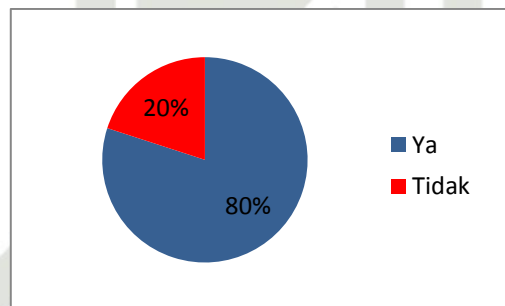
1. Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Di larang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Beat maka peneliti menyebarkan kuisioner melalui *Google Form* kepada 30 orang responden. Dimana responden ini merupakan masyarakat yang tinggal di Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah. Dimana alternative ini sebagai alat yang efektif dan cepat dalam mengetahui tanggapan dari responden terhadap kuisioner dalam prasurvey yang dapat dilihat pada diagram dibawah ini.

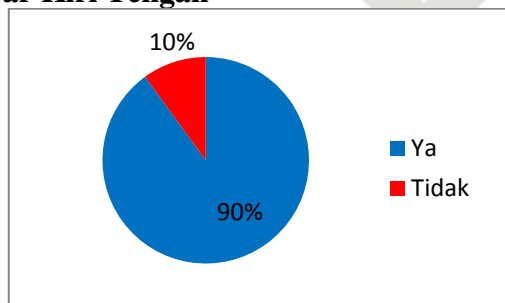
Diagram 1.1 Data Pengguna sepeda motor Honda Beat pada Masyarakat Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah



Sumber : Data Diolah 2019

Pada pertanyaan pertama apakah responden menggunakan sepeda motor Honda Beat. Dilihat dari diagram 1.1 dari 30 responden, 80% menjawab ya dan 20% menjawab tidak.

Diagram 1.2 Data Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Beat pada Masyarakat Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah



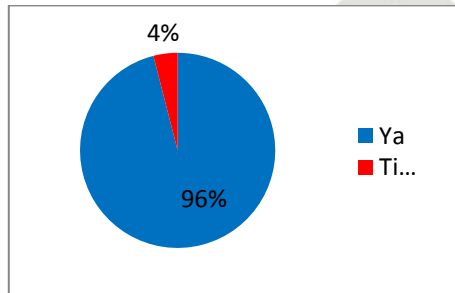
Sumber : Data Diolah 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada pertanyaan variable kualitas produk peneliti bertanya kepada responden apakah membeli sepeda motor Honda Beat berdasarkan kualitas produk. Dapat dilihat dari diagram 1.2 dari 30 responden, 90% menjawab ya dan 10% menjawab tidak.

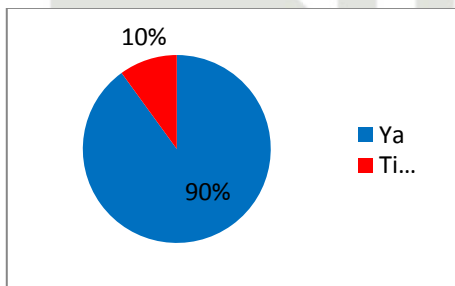
Diagram 1.3 Data Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Beat pada Masyarakat Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah



Sumber : Data Diolah 2019

Pada pertanyaan variable citra merek peneliti bertanya kepada responden apakah membeli sepeda motor Honda Beat berdasarkan citra merek. Dapat dilihat dari diagram 1.3 dari 30 responden, 96% menjawab ya dan 4% menjawab tidak.

Diagram 1.4 Data Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Beat pada Masyarakat Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah



Sumber : Data Diolah 2019

Pada pertanyaan variable desain peneliti bertanya kepada responden apakah membeli sepeda motor Honda Beat berdasarkan desain. Dapat dilihat dari diagram 1.4 dari 30 responden, 90% menjawab ya dan 10% menjawab tidak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta dilindungi undang-undang UIN Suska Riau
Step Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Dari data prasurvey diatas dapat dilihat bahwa kualitas produk menjadi alasan penting konsumen dimana Honda Beat memiliki mesin “bandel” dan irit bahan bakar, sehingga menjadikannya sebagai pelopor kendaraan roda dua yang ekonomis pada masyarakat Desa Hidup Baru,Kampar Kiri Tengah juga Honda merupakan merek andalan, memiliki citra yang baik, dimana kebanyakan orang tidak lagi menyebut sepeda motor tetapi Honda, ini merupakan fenomena unik dimana masyarakat bahwa merek Honda tertanam dibenak masyarakat selain itu Desain sepeda motor Honda beat terkenal memiliki ukuran bodi yang kecil dan ramping. Skuter matik ini dibuat dengan desain yang sangat kompak, bahkan terkesan tak banyak basa-basi. Desain yang sederhana ditambah banyaknya pilihan warna. Menjadikan Beat mudah untuk diterima oleh berbagai golongan konsumen terutama pada masyarakat Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah.

Melihat fenomena ini maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat disimpulkan rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Apakah citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah?
3. Apakah desain berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah?
4. Apakah kualitas produk, citra merek, dan desain berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah?

1. 3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah
3. Untuk mengetahui pengaruh desain produk secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan desain produk secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan menjadi pertimbangan bagi pihak perusahaan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk.

2. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam serta dapat digunakan sebagai pembandingan dan revisi bagi pembaca yang ingin melaksanakan penelitian selanjutnya di bidang pemasaran

3. Bagi penulis

Penelitian ini sebagai sarana aktualisasi diri, menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan teori yang didapatkan selama bangku kuliah, terutama di bidang pemasaran.

1.5 Rencana Sistematika Penelitian

Untuk dapat lebih memahami tentang hasil penelitian ini secara sistematis maka penulis membagi beberapa bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori dan pendapat para ahli yang merupakan dasar dalam melakukan penelitian atas permasalahan yang dibahas yaitu: Pengertian Pemasaran, Pengertian Kualitas Produk, Citra Merek, Desain Produk, Keputusan Pembelian dan Penelitian Terdahulu.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menerangkan mengenai lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik mengumpulkan data, populasi dan sampel serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisikan gambaran umum Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah, Kampar.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan uraian penulisan tentang hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas produk, citra merek dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor beat di Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan kesimpulan penelitian dan saran-saran berdasarkan uraian dari bab-bab sebelumnya.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran

Menurut **Tjiptono (2011)** Manajemen Pemasaran adalah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka tujuan organisasi. Sedangkan Menurut **Darmanto (2016:9)** Manajemen Pemasaran adalah seni dan ilmu memilih target pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan target pasar tersebut.

Menurut **American Marketing Association (AMA)** Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan lainnya.

Dari definisi di atas bahwasanya pemasaran adalah suatu kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen baik secara individu atau kelompok untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dimana dengan bertukar nilai dari pertukaran itu.

2.2 Pengertian Kualitas produk

Menurut **Kotler dan Keller (2013:4)**, Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut nilai. Sedangkan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menurut **Nasution (2010 : 3)**, Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan Konsumen.

Menurut **Saladin (2012: 121)** “produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan”.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. (**Bahar dan Sjharuddin (2015)**)

Kemudian Menurut **Mowen (2012:61)** kualitas produk merupakan proses evaluasi secara keseluruhan kepada pelanggan atas perbaikan kinerja suatu produk. Kualitas produk didefinisikan oleh Pelanggan. Kualitas produk juga diartikan sebagai kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya. Bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik. Kualitas produk mengacu pada tingkat dimana karakteristik produk itu beroperasi. Kualitas kesesuaian merupakan tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan.

2.2.1 Pandangan islam tentang kualitas produk

Produk pada al-quran dinyatakan dalam dua istilah, yaitu *al-tayyibat* dan *al-rizq*. *Al-tayyibat* menunjuk pada sesuatu yang baik, sesuatu yang murni dan baik, sesuatu yang bersih dan murni, sesuatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik. *Al-rizq* merujuk pada makanan yang diberkahi Allah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

subhanahu wata'ala, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Allah. Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, yang menghasilkan material, moral, spiritual bagi konsumen.

Firman Allah subhanahu wata'ala dalam QS. Al-baqarah ayat 168 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya : *Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.*

Dalam QS An-Naml ayat 88 Allah subhanahu wata'ala juga berfirman, yang berbunyi:

وَتَرَى الْجِبَالَ تَحْسَبُهَا جَامِدَةً وَهِيَ تَمُرُّ مَرَّ السَّحَابِ صُنْعَ اللَّهِ الَّذِي أَتَقَنَ كُلَّ شَيْءٍ إِنَّهُ خَبِيرٌ بِمَا تَفْعَلُونَ

Artinya : *Dan kamu lihat gunung-gunung itu, kamu sangka dia tetap di tempatnya, padahal ia berjalan sebagai jalannya awan. (Begitulah) perbuatan Allah yang membuat dengan kokoh tiap-tiap sesuatu; sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam memproduksi suatu barang harus diselesaikan dengan kualitas yang sempurna dan sebaik-baiknya karena Allah sendiri sudah menciptakan semua yang ada dilangit dan di bumi dengan kualitas yang sangat sempurna. Bila suatu produk telah dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik.

2.2 Indikator kualitas produk

Menurut Kotler dan Keller (2010) dalam (Bahar & Sjharuddin, 2015) indikator kualitas produk meliputi:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Kinerja (*performance*)

Dimensi ini menunjukkan tingkat kegunaan dasar dari suatu produk. Implementasinya kinerja diartikan sebagai persepsi pelanggan terhadap manfaat dasar dari produk yang dikonsumsi misalnya kemudahan, dan kenyamanan yang diperoleh. Seperti minuman kesehatan yang memperlancar metabolisme dalam tubuh.

2. Keistimewaan (*features*)

Sifat yang menunjang fungsi dasar produk, misalnya kelengkapan fasilitas pendukung seperti desain kemasan yang menarik pada produk sehingga membuat konsumen akan tertarik untuk membeli dan mengonsumsinya produk tersebut.

3. Keandalan (*reliability*)

Keandalan diartikan sebagai persepsi pelanggan terhadap keandalan produk yang dinyatakan dengan kualitas produk yang diproduksi oleh perusahaan, misalnya seperti mata air pilihan untuk dijadikan air mineral yang berkualitas.

4. Kesesuaian (*conformance to specifications*)

Sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya, standar keamanan terpenuhi melalui uji laboratorium nasional BPOM dan sudah memenuhi standar kesehatan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Daya tahan (*durability*)

Keterkaitan ketahanan berapa lama produk dapat digunakan atau mencerminkan suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal. Waktu garansi atau jaminan produk tidak rusak sebelum masa kadaluwarsa yang telah ditetapkan, mencakup umur minuman berapa lama produk tersebut dapat digunakan.

2.3 Pengertian Citra Merek

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:274), Citra merek merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Menurut Tjiptono (2011:49) *Brand image* merupakan deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen tentang merek tertentu. Sedangkan asosiasi merupakan atribut yang ada didalam merek itu dan memiliki suatu tingkat kekuatan. Sedangkan Ferrinadewi (2011:165) mendefinisikan citra merek merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut. Citra merek merupakan sekumpulan asosiasi yang diorganisir menjadi satu yang berarti. Citra merek berdasarkan memori konsumen tentang suatu produk, sebagai akibat apa yang dirasakan oleh seseorang terhadap merek tersebut.

2.3.1 Jenis-jenis Citra Merek

Ada banyak citra yang dapat dibentuk dan ditingkatkan oleh seseorang yaitu:

1. Corporate Image (Citra perusahaan)
2. Merupakan citra yang melekat terhadap pada suatu perusahaan apakah baik atau buruknya citra tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Brand Image (Citra merek)
4. Merupakan citra yang melekat pada suatu merek yang dikeluarkan oleh perusahaan, baik buruknya citra perusahaan dipengaruhi oleh citra merek produk yang dikeluarkan oleh perusahaan.
5. Industri Image (Citra Industri)
6. Adalah citra yang dapat dibentuk oleh beberapa perusahaan untuk meningkatkan citra seluruh industri, terutama dunia bisnis pada umumnya berusaha membentuk sikap masyarakat yang lebih mendukung terhadap bisnis.
7. Institusional Image (Citra institusi)
8. Citra ini dibentuk oleh semua orang atau unsur yang ada dan yang dikerjakan sehingga membentuk baik buruknya citra.
9. Area image (Citra wilayah)
10. Terbentuk dari bagaimana setiap elemen didalam area tersebut bertindak dan mengelola suatu wilayah sehingga menciptakan persepsi/citra yang timbul terhadap objek.
11. Individu Image (Citra perorangan)
12. Citra yang ditimbulkan atau yang dihasilkan dari hasil ataupun sikap dari sikap individu itu sendiri.

2.2 Pandangan Islam Tentang Citra Merek

Merek dalam Islam adalah nama atau identitas yang baik dari suatu perusahaan dan membangun merek itu adalah hal yang penting tetapi harus dengan jalan yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Adapun ayat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

yang berkaitan dengan citra merek yaitu Q.S Asy-Syu'ara ayat 181-183 yang berbunyi:

﴿أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعَثُوا فِي الْأَرْضِ مَفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾﴾

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan berbuat kerusakan”.

Ayat ini menjelaskan bahwa cara menjaga kepercayaan konsumen akan suatu merek adalah dengan tidak memanipulasi dan merugikan pembeli dengan berbagai macam kecurangan seperti mengurangi timbangan dan menipu. Karena ketika konsumen mengetahui kecurangan itu maka konsumen tidak akan lagi mau membeli produk yang kita miliki. Citra merek dalam Islam terdiri dari kejujuran dalam melakukan branding, menciptakan nama baik yang menunjukkan identitas dan kualitas, edukatif dalam hal ini adalah mengajak bukan memaksakan, rendah hati yaitu tidak menganggap merek mereka saat ini baik dan menuduh merek lain sangat buruk.

2.3.3 Indikator Citra Merek (*Brand Image*)

Citra Merek adalah merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek tersebut. Indikator variabel citra merek (Hossain, 2010):

1. Mengenai Merek tersebut

Citra yang dimiliki oleh merek itu sendiri, yaitu berupa pandangan,

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kesepakatan dan informasi yang berkaitan dengan suatu merek dari produk tertentu.

2. Merek yang terpercaya

Dipercaya atau diandalkan. berkaitan dengan pendapat atau kesepakatan yang dibentuk oleh masyarakat tentang suatu produk yang dikonsumsi.

3. Merek yang populer

Merek mudah populer Artinya elemen merek yang dipilih hendaknya yang mudah diingat dan disebut atau diucapkan. Simbol, logo, nama yang digunakan hendaknya menarik, unik sehingga menarik perhatian masyarakat untuk diingat dan dikonsumsi.

4. Menimbulkan rasa suka

5. Kesan yang baik

persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan. Persepsi ini didasarkan pada apa yang masyarakat ketahui atau kira tentang perusahaan yang bersangkutan. Perusahaan yang sama belum tentu memiliki citra yang sama pula dihadapan orang.

2.4 Desain Produk

Menurut **Kotler dan Keller (2012:332)** mendefenisikan “*design is the totality of features that affect how a product looks, feels, and function to a customer*”. Hal ini berarti bahwa desain merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk terlihat, terasa dan berfungsi bagi konsumen. Desain ini menawarkan tiga hal:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Fungsi
2. Estetika
3. Daya tarik

Desain yang baik bagi perusahaan merujuk pada kemudahan dalam pembuatan dan distribusi. Sedangkan bagi konsumen, desain yang baik adalah bagi produk yang indah atau bagus untuk dilihat, mudah di buka, di pasang, digunakan, di perbaiki, dan di buang. Terdapat 7 parameter desain produk yaitu:

1. Ciri-ciri adalah karakteristik yang mendukung fungsi dasar produk. Sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan beberapa ciri-ciri. Ciri-ciri produk merupakan alat kompetitif untuk produk perusahaan yang terdiferensiasi. Beberapa perusahaan sangat inovatif dalam penambahan ciri-ciri baru ke produknya. Satu dari faktor kunci keberhasilan perusahaan Jepang adalah karena mereka secara terus menerus meningkatkan ciri-ciri tertentu pada produk arloji, mobil, kalkulator, dll. Pengenalan ciri-ciri baru dinilai merupakan satu dari cara-cara yang sangat efektif dalam persaingan.
2. Kinerja mengacu pada tingkat karakteristik utama produk pada saat beroperasi. Pembeli produk-produk mahal biasanya membandingkan kinerja (kenampakan/presepsi) dari merek-merek yang berbeda. Pada pembeli biasanya rela membayar lebih untuk kinerja yang baik sepanjang lebihnya harga tidak melebihi nilai yang dirasakan.
3. Mutu kesesuaian yang dimaksud dengan penyesuaian adalah tingkat di mana desain produk dan karakteristik operasinya mendekati standar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sasaran. Mutu kesesuaian dan pemenuhan semua unit yang di produksi terdapat spesifikasi sasaran yang dijanjikan. Hal ini disebut konformasi karena spesifikasinya.

4. Tahan lama (Durabilitas). Daya tahan merupakan ukuran waktu operasi yang di harapkan pada suatu produk tertetu. Sebagai contoh,volvo mengiklankan mobilnya sebagai mobil yang mempunyai waktu pakai tertinggi untuk menjustikasikan harganya yang lebih tinggi. Pembeli bersedia membayar lebih untuk produk yang lebih tahan lama.
5. Tahan uji (reliabilitas). Reliabilitas adalah ukuran kemungkinan bahwa suatu produk tidak akan berfungsi atau rusak dalam suatu periode waktu tertentu. Pembeli rela membayar lebih untuk produk-produk dengan reputasi yang lebih tinggi.Mereka ingin menghindari biaya karena kerusakan waktu untuk reparasi.
6. Kemudahan perbaikan (Repairability). Kemudahan perbaikan aalah suatu ukuran kemudahan perbaikan suatu produk yang mengalami kegagalan fungsi atau kerusakan-kerusakan. Kemudian perbaikan ideal akan ada jikapemkaian dapat memperbaiki produk tersebut dengan biaya murah atau tanpa memakai waktu terlalu lama.
7. Model (Style). Model menggambarkan seberapa jauh produk tampak dan berkenaan bagi konsmen.Model memberikan keunggulan ciri kehususan produk yang sulit untuk di tiru. Sebagai contoh,banyak pembeli mobil membayar lebih untuk mobil jaguar sendiri tidak begitu baik dalam segi ketahanan uji (Reliabilitas).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut **Kotler dan Keller (2009)** Indikator dari desain produk adalah:

1. Ciri-ciri
2. Mutu Kesesuaian
3. Tahan Lama (durability)
4. Tahan Uji (reliability)
5. Kemudahan perbaikan (repairability)
6. Model (style)

2.5 Keputusan Pembelian

Menurut **Shiffman dan Kanuk dalam Sumarwan (2014:357)**, mendefinisikan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif. Suatu keputusan anpa pilihan disebut sebagai sebuah “*hobson"s choise*”. Menurut **Setiadi (2010:15)**, pengambilan keputusan adalah pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Hasil pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku. Menurut **Kotler (2009:184)**, keputusan pembelian merupakan perilaku atau tindakan seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian yaitu suatu tindakan yang dilakukan konsumen untuk menyelesaikan masalah tentang pemenuhan kebutuhannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.1 Hubungan Keputusan Pembelian terhadap Kualitas produk, Citra merek, dan Desain produk.

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan oleh perusahaan untuk merumuskan strategi pemasaran yang nantinya akan diimplementasikan dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk mereka di pasar.

Menurut **Sunyoto (2013)** dalam buku yang berjudul perilaku konsumen menjelaskan ada beberapa elemen yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya Citra merek, Kualitas produk, Harga, saluran distribusi dan promosi.

Menurut **Sunyoto (2013: 85)** penjual perlu menyusun struktur keputusan membeli secara keseluruhan untuk membantu konsumen dalam mengambil keputusan tentang pembeliannya. Komponen-komponen tersebut adalah:

1) Keputusan tentang jenis produk.

Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatian kepada orang-orang yang berminat membeli suatu produk serta alternatif lain yang mereka pertimbangkan.

2) Keputusan tentang bentuk produk.

Dalam hal ini perusahaan harus melakukan riset pemasaran untuk mengetahui kesukaan konsumen tentang produk bersangkutan agar dapat memaksimalkan daya tarik mereknya.

3) Keputusan tentang merek.

Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4) Keputusan tentang penjualnya.

Dalam hal ini produsen, pedagang besar, dan pengecer harus mengetahui bagaimana konsumen memilih penjual tertentu.

5) Keputusan tentang jumlah produk.

Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda beda dari para pembeli.

6) Keputusan tentang waktu pembelian.

Perusahaan harus mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam penentuan waktu pembelian.

7) Keputusan tentang cara pembayaran.

Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui keinginan pembeli terhadap cara pembayarannya.

Menurut **Kotler dan Amstrong (2012 : 456)**, Desain adalah jantung produk. Desain yang baik tidak hanya mempunyai andil dalam penampilan produk tetapi juga dalam manfaatnya. Produk yang di desain dengan baik maka akan memenangkan perhatian dan penjualan. Desain yang baik dapat menarik minat,meningkatkan performa produk,menekankan biaya produksi dan memberikan keunggulan kompetitif yang kuat pada produk di dalam pasar sasaran serta akan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk.

Dari teori diatas dapat disimpulkan ketiga variable, yakni kualitas produk, citra merek, dan desain merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5.2 Pandangan Islam Tentang Keputusan Pembelian

Dalam islam, proses pengambilan keputusan ini diterangkan dalam beberapa ayat al-Qur'an yang bersifat umum, artinya beisa diterapkan dalam segala aktifitas. Selain itu konsep penganbilan keputusan dalam islam lebih ditekankan pada sikap adil hal ini didasarkan pada contoh sikpa hakim yang harus tegas dan adil dalam menentukan suatu perkara peradilan. Sebagai mana tertuang dalam surat Ali Imran ayat 159 berikut :

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِنْ لَّمْ يَكُنْ لَّهُمْ خُذُّهُنَّ مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya :

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu, Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Selain itu dalam al-Qur'an dijelaskan pula ayat tentang sikap hati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam al-Qur'an surat Hujarat ayat 6 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ تَنِيدِينَ

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu"

Dari ayat diatas dapat diketahuui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima infoermasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya kita perikasa dan teliti terlebih dahulu sebelum akhirnya menyesal kemudian hari. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati imat islam dalam membuat keputusan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa terdapat tahap-tahap yang dilalui seserang dalam pengambilan keputusan, dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternatif, pengambilan keputusan dan perilaku pasca pembelian.

2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian

Indikator-indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian adalah terdapat lima indikator, yakni menurut **Kotler (2009:185)** diantaranya sebagai berikut:

1) Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian bermula dari pengenalan kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan anatar aktual dan sejumlah keadaan yang diinginkan.

2) Pencarian Informasi

Tahapan proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bergerak untuk mencari informasi tambahan, konsumen mungkin sekedar meningkatkan perhatian atau mungkin pula mencari informasi secara aktif.

3) Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif yakni cara konsumen memproses informasi yang menghasilkan berbagai pilihan mereka. Sayangnya konsumen tidak melakukan beberapa proses evaluasi dan tahapan proses keputusan pembelian dimanakonsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi berbagai merek alternatif di dalam serangkaian pilihan.

4) Keputusan Pembelian

Tahapan proses keputusan pembelian dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Di tahap pengevaluasian, konsumen menyusun peringkat merek dan membantu kecenderungan (niat) pembelian. Secara umum keputusan pembelian konsumen akan membeli merek yang paling disukai, tetapi ada dua faktor yang muncul di antar kecenderungan pembelian dan keputusan pembelian. Faktor peertama adalah sikap orang lain dan sedangkan faktor kedua adalah faktor situasi yang tak terduga. Konsumen mungkin membentuk kecenderungan pembelian berdasarkan pada pendapatan yang diharapkan, harga, dan manfaat produk yang diharapkan. Namun, keadaan tak terduga dapat mengubah kecenderungan pembelian.

5) Perilaku Setelah Pembelian

Tahapan proses keputusan pembelian konsumen melakukan tindakan lebih lanjut setelah pembelian berdasarkan pada kepuasan atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ketidakpuasan mereka. Pekerjaan pemasaran tidak berhenti pada saat produk dibeli. Setelah membeli produk, konsumen akan merasa puas atau tidak puas dan akan masuk ke perilaku pembelian yang penting diperhatikan oleh pemasar.

2.6 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang penulis jadikan pedoman serta perbandingan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/ Thn	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Ragil Intan Pratiwi (2018) Skripsi	Pengaruh Label harga, Kualitas produk, <i>Brand image</i> , Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Luwak White Koffie)	Pada variabel X2 yaitu Kualitas Produk dan variabel X3 yaitu <i>Brand image</i>	variabel X1 Label Harga, variabel X4 yaitu Harga, dan objek penelitian berbeda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Label halal, kualitas produk, <i>brand image</i> , harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2	Ahmad Fambang Hermawan, Retno Endah Supeni, Akhmad F.Rozi (2018) Jurnal Manajeme	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Beat di Dealer MPM Motor Kalisat – Jember	Pada variabel X1 yaitu Kualitas Produk variable Y yaitu Keputusan Pembelian dan Objek yaitu Honda Beat	Variabel X2 nya yaitu Harga, variabel X3 yaitu Promosi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti yaitu kualitas produk,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Nama Peneliti/Thn	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
3	n Bisnis Performa Volume XV No.2 Tahun 2018 Yudhi Soewito (2017) Jurnal EMBA Vol.1 No.3 Juni 2013	Kualitas produk, Merek dan Desain pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio	Variabel X1 Kualitas Produk , X2 Merek, X3 Desain dan variabel Y keputusan pembelian	Objek penelitian	harga, dan promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Hasil dari pembahasan keseluruhan kualitas produk, merek dan desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen baik secara simultan dan secara parsial)
4.	Nuzula Abdussalam (2018) Skripsi	Pengaruh Iklan, Kualitas produk, dan Citra merek terhadap keputusan pembelian Honda Beat studi kasus pada dealer Eka Prima Surabaya	Variabel X2 yaitu Kualitas Produk, X3 yaitu Citra Merek, Y yaitu Keputusan Pembelian dan objek yaitu Honda Beat	Varibel X1 yaitu Iklan	Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel iklan, kualitas produk, citra merek terhadap keputusan pembelian Honda Beat di Dealer Eka Prima

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Nama Peneliti/ Thn	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
5.	Rizky Desty Wulandari dan Donant Alananto Iskandar (2018) Jurnal EMBA Vol.3, No.1	Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik	Variabel X1 Citra Merek, X2 Kualitas Produk	Variabel Y yaitu Keputusan Pembelian dan Objek	Surabaya Variabel citra merek dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian
6.	Made Laksmi Saraswati , dkk (2014) vol. 4, no. 2	Pengaruh Desain produk, Kualitas produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian pada kampung batik Wiradesa Kabupaten Pekalongan	Variabel X1 yaitu Desain Produk , X2 yaitu Kualitas Produk, Y yaitu Keputusan Pembelian dan Objek yaitu kampung batik Wiradesa Kabupaten Pekalongan	Variabel X2 yaitu Harga	Desain produk, Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap pembelian kampung batik Wiradesa Kabupaten Pekalongan
7.	Muhamma d Rafli Hidayah (2017) Skripsi	Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Motor Sport Yamaha 150cc Di Kabupaten Klaten (Studi Kasus Pada Komunitas Motor Sport Yamaha 150cc se-Kabupaten	Variabel X1 yaitu Desain produk, Y yaitu Keputusan Pembelian	Variabel X2 yaitu Promosi dan Objek	Terdapat pengaruh positif desain produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Yamaha Motor Sport 150cc

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Nama Peneliti/ Thn	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
8.	Auliannisa Gifani, Syahputra (2017) Jurnal Bisnis dan Iptek Vol 10, No 2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom Klaten)	Variabel X2 yaitu Citra Merek dan Y yaitu Keputusan Pembelian	Objek dan variabel X	di Kabupaten Klaten, Hasil dari pembahasan Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
9.	Kadek Edi Juliana, Ni Luh Wayan Sayang Telagawati, Gede Putu Agus Jana Susila (2018) Jurnal Manajemen Vol 8, No 2	Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat	Variabel X1 yaitu Citra Merek, X2 yaitu Kualitas Produk, Y yaitu Kualitas Produk, dan Objek	Hanya 2 variabel X	Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

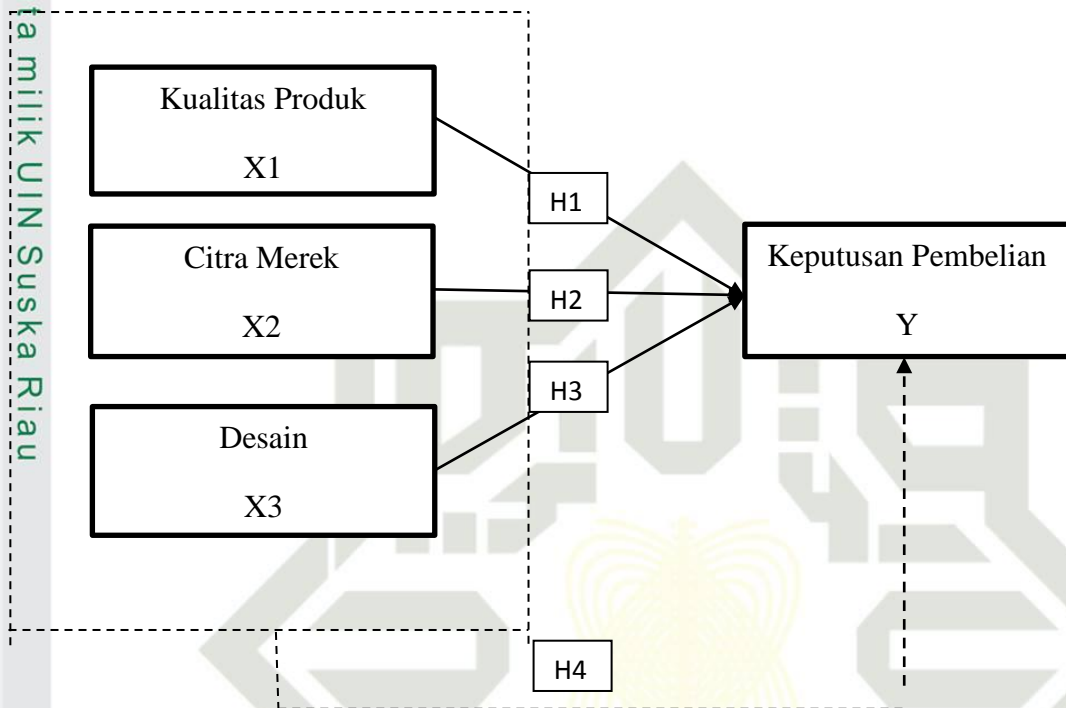
No	Nama Peneliti/ Thn	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
10.	Selvia Rahmi Jhon Rinaldo, Rizka Hadya (2019) Jurnal Pengembangan ilmu manajemen dan bisnis Vol.1 No.1	Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matik Honda Beat (Studi Kasus Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Ekasakti Padang)	Variabel X1 yaitu Kualitas Produk, Y yaitu Keputusan Pembelian dan objek	Variabel X2 yaitu Promosi	Hasil penelitian ditemukan ada pengaruh variabel kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Honda Beat pada mahasiswa Universitas Ekasakti baik secara parsial maupun simultan.

Sumber: Jurnal dan Penelitian Terdahulu

2. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan landasan dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun sebuah kerangka pemikiran teoritis untuk lebih memudahkan pemahaman tentang kerangka pemikiran penelitian ini, seperti yang tersaji dalam gambar berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (**Sunyoto (2013)**)
Kotler dan Armstrong (2012 : 456)

Keterangan gambar

1. Variable Dependen
(Y) Keputusan Pembelian
2. Variable Independen
(X1) Kualitas Produk
(X2) Citra Merek
(X3) Desain
3. —————Garis Parsial
4. -----Garis Simultan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014).

Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas (*independent variable*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent variable*). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah:
 - X1 = Kualitas produk
 - X2 = Citra Merek
 - X3 = Desain
2. Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi apa yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y)

Tabel 2.2 : Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Pengertian	Indikator	Pengukuran
Keputusan Pembelian	Menurut Shiffman dan Kanuk dalam Sumarwan (2014:357) , mendefinisikan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif	1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian Kotler dan Keller (2010)	Skala Likert
Kualitas produk (X1)	Menurut Kotler dan Keller (2013:4) , Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, kehandalan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut nilai.	1. Kinerja (<i>performance</i>) 2. Keandalan (<i>reliability</i>) 3. Kesesuaian (<i>conformance to specifications</i>) 4. Daya tahan (<i>durability</i>) 5. Keistimewaan (<i>features</i>) Kotler dan Keller (2010)	Skala Likert
Citra Merek (X2)	Menurut Kotler dan Armstrong (2012:274) , Citra merek merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya.	1. Mengenai Merek tersebut 2. Merek yang terpercaya 3. Merek yang populer 4. Menimbulkan rasa suka 5. Kesan yang baik Hossain, 2010)	Skala Likert
Desain (X3)	Menurut Kotler dan Keller (2012:332) mendefenisikan “ <i>desaign is the totality of features that affect how a product looks, feels, and function to a costemer</i> ”. Hal ini berarti bahwa desain merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk	1. Ciri-ciri 2. Mutu Kesesuaian 3. Tahan Lama (<i>durability</i>) 4. Tahan Uji (<i>reliability</i>) 5. Kemudahan perbaikan (<i>repairability</i>) 6. Model (<i>style</i>)	Skala Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	terlihat,terasa dan berfungsi bagi konsumen	Kotler dan Keller (2009)	
--	---	---------------------------------	--

2.9 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. (Sugiyono,2012).

Berdasarkan rumusan masalah dan kajian teori diatas maka peneliti mengangkat hipotesis, yaitu :

H1 : Diduga Kualitas Produk Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah

Menurut **Kotler dan Amstrong (2012) dalam Nurdiansyah (2017: 35)** jika pemasar memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan dan harga yang wajar maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, tuntutan terhadap kualitas suatu produk sudah menjadi suatu keharusan yang harus dipenuhi oleh perusahaan, kalau tidak konsumen yang telah dimilikinya beralih ke produk pesaing lainnya yang dianggap memiliki kualitas produk yang lebih baik. Semakin tinggi kualitas suatu produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian (**Wangean dan**

Mandey, 2014:9).

H₀: Diduga Citra Merek Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah

Merek berperan penting dalam memberikan kontribusi dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Menurut **Keller (2010:33)**, menyatakan bahwa citra merek adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi merek yang ada dalam pikiran konsumen tersebut. Penetapan merek yang baik akan menimbulkan citra merek yang kuat dibenak konsumen. Karena merek yang sudah melekat di hati konsumen merupakan aset yang paling berharga bagi perusahaan. Dengan mempertahankan keunggulan citra merek yang di miliki sebenarnya perusahaan menginginkan terdapat sikap konsumen yang selalu menyukai merek, menunjukan perilaku yang loyal terhadap merek tersebut sehingga menimbulkan sikap puas akan merek tersebut dan juga berkomitmen terhadap merek tersebut. Hal ini merupakan aspek penting dalam keputusan pembelian.

H_a: Diduga Desain Produk Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah

Desain produk sangat erat kaitantya dengan keputusan pembelian. Dimana konsumen pertama sekali akan melihat desain dari produk tersebut. Desain yang bagus dan unit biasanya akan memikat hati para konsumen. Dengan demikian konsumen akan memutuskan keputusan pembelian. Menurut **Kotler dan**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Amstrong (2012 : 456), Desain adalah jantung produk. Desain yang baik tidak hanya mempunyai andil dalam penampilan produk tetapi juga dalam manfaatnya. Produk yang di desain dengan baik maka akan memenangkan perhatian dan penjualan. Desain yang baik dapat menarik minat, meningkatkan performa produk, menekankan biaya produksi dan memberikan keunggulan kompetitif yang kuat pada produk di dalam pasar sasaran serta akan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk.

Diduga Kualitas Produk, Citra Merek dan Desain Produk Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah

Penelitian yang dilakukan oleh Yudhi Soewito (2017) tentang Pengaruh Kualitas produk, Merek dan Desain pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio, hasil dari pembahasan keseluruhan kualitas produk, merek dan desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen baik secara simultan dan secara parsial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Desa Hidup Baru Kecamatan Kampar Kiri Tengah Kabupaten Kampar dan waktu penelitian yaitu pada bulan Oktober 2019 sampai September 2020.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.2.1 Jenis Data

1. Data Kuantitatif

Data Kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan/scoring. **Sugiyono (2014:6)**

3.2.2 Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menurut **Sugiyono (2014)** adalah:

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Dalam penelitian ini, data primer peneliti adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden menggunakan kuisioner.
- b. Data Sekunder adalah data yang diperlukan untuk mendukung hasil penelitian berasal dari literatur, artikel dan berbagai sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian. Data ini biasanya di peroleh dari perpustakaan dan laporan-laporan penelitian terdahulu.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengambil data serta informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini maka penulis menggunakan teknis sebagai berikut:

a. Kuesioner.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab **Sugiyono (2014)**. Kuesioner yang akan disebar akan diberikan kepada konsumen yang menggunakan sepeda motor Honda Beat di Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut **Sugiyono (2014:115)** populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Masyarakat pada Desa Hidup Baru sejumlah 713 KK dengan total 2052 jiwa. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah yang menggunakan sepeda motor Honda Beat.

UIN SUSKA RIAU

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiono, 2014:81).

Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\
 &= \frac{713}{1 + 713(0,1)^2} \\
 n &= \frac{713}{1 + 7,13} \\
 n &= \frac{713}{8,13} \\
 n &= 87,70
 \end{aligned}$$

Keterangan :

- n = jumlah sampel
- N = jumlah populasi
- e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diketahui jumlah sampel sebesar 8770 orang, namun karena ada unsur pembulatan dan untuk mempermudah perhitungan maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden

Dalam penelitian ini teknik penarikan atau pengambilan sampel dengan menggunakan teknik Teknik Pengambilan sampel dalam penelitian ini yang digunakan yaitu *Nonprobability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dengan cara penentuan sampel yang digunakan adalah teknik metode *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. dimana responden yang dipilih memiliki kriteria sampel sebagai berikut:

1. Masyarakat Desa Hidup Baru Kecamatan Kampar Kiri Tengah
2. Berumur lebih dari 17 tahun, karena dianggap sudah memiliki pengetahuan untuk mampu menilai suatu produk yang digunakan.
3. Menggunakan atau pernah membeli sepeda motor Honda Beat

3. Teknik Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut **Sugiyono (2014:132)** skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial.

Maka dalam penelitian ini hanya digunakan lima kategori diantaranya :

- | | |
|-----------------------|----------|
| 1. Sangat Setuju (SS) | = Skor 5 |
| 2. Setuju (S) | = Skor 4 |
| 3. Netral (N) | = Skor 3 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Kurang Setuju (TS) = Skor 2

5. Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1

Proses perhitungannya menggunakan *software* SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 21,0for Windows dan Microsoft Excel2007.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. (Bogdan dalam Sugiyono, 2013:244)

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif yaitu suatu cara yang dapat menghasilkan dan menjelaskan hasil penelitian yang ada dengan menggunakan persamaan rumus matematis dan menghubungkannya dengan teori yang ada, kemudian ditarik kesimpulan. Menurut Sugiyono (2011:45) analisis data pada penelitian kuantitatif menggunakan statistik.

3.6.1 Analisis Kuantitatif

Dalam menganalisa data yang diperoleh untuk peneliti menggunakan metode kuantitatif, metode kuantitatif adalah analisis data yang diperoleh dari daftar pertanyaan dari kuisioner yang berupa angka dan perhitungan menggunakan metode statistic dalam penelitian ini menggunakan SPSS.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta ini milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Sharif Kasim Riau

3.6.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis tentang karakteristik dari suatu keadaan objek yang akan diteliti. Analisis ini menggunakan data – data responden seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan.

3.7 Uji Kualitas Data

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2012) dalam Muchlis (2015). Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari kuesioner dan responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian ini atau tidak. Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pertanyaan adalah nilai *Corrected Item to Total Corelation* atau nilai r_{hitung} harus berada diatas 0.3. hal ini dikarenakan jika r_{hitung} lebih kecil dari 0.3 berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-item pertanyaan lainnya dari pada variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2014).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai (α) 0,60 (**Ghozali, 2016**).

3.8 Uji Asumsi Klasik

Tujuan pengujian asumsi klasik adalah untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan terbebas dari bias yang mengakibatkan hasil regresi yang diperoleh tidak valid dan akhirnya hasil regresi tersebut tidak dapat dipergunakan sebagai dasar untuk menguji hipotesis dan penarikan kesimpulan. Tiga asumsi klasik yang perlu diperhatikan adalah :

3.8.1 Uji Normalitas Data

Pengujian Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik *Scatter Plot*, dasar pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas. Jika data menyebar jauh dari regresi atau tidak mengikuti arus garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi Normalitas.

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Menurut **Ghozali(2012:105)**, uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan ada ya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji Multikolinieritas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)* yang merupakan kebalikan dari toleransi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sehingga formulanya adalah sebagai berikut $VIF = \frac{1}{(1-R^2)}$ dimana R^2 merupakan Koefisien Determinasi. Bila korelasi kecil artinya menunjukkan nilai VIF akan besar. Bila $VIF < 10$ maka dianggap tidak terjadi Multikolinieritas. Bila $VIF > 10$ terjadi persoalan Multikolinieritas diantara variabel bebas.

3.8.3 Uji Outokorelasi

Outokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*times-series*) atau ruang (*cross section*) (Suliyanto, 2011: 125). Untuk mengetahui adanya otokorelasi, biasanya dipakai uji Durbin-Watson.

- Jika angka D-W $< 1,206$ maka terdapat otokorelasi positif.
- Jika angka D-W berada di antara $1,206 - 1,55$ maka hasil yang diperoleh adalah tanpa kesimpulan.
- Jika angka D-W berada di antara $1,55 - 2,450$ maka tidak terdapat otokorelasi.
- Jika angka D-W berada di antara $2,450 - 2,794$ maka hasil yang diperoleh adalah tanpa kesimpulan.
- Jika angka D-W $> 2,794$ maka terdapat otokorelasi negatif.

3.8.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Di larang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2012:139). Pengujian dilakukan dengan melihat pola tertentu pada grafik dimana sumbu Y adalah yang diprediksikan dan sumbu X adalah residual ($Y_{prediksi} - Y_{sesungguhnya}$) yang telah *distandarized*. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

3.9 Uji Regresi Berganda

Suliyanto (2011:53) menyebutkan dalam uji regresi berganda jumlah variabel bebas yang digunakan untuk memprediksi variabel terikat lebih dari satu. Menurut Sugiarto dan Harijono dalam Suliyanto (2011:53) pada awalnya uji atau analisis regresi berganda dikembangkan oleh para ahli ekonometrik untuk membantu meramalkan akibat dari aktivitas-aktivitas ekonomi pada berbagai semen ekonomi. Berikut adalah persamaan dari uji regresi berganda dalam penelitian :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \epsilon$$

Keterangan :

- Y : Keputusan Pembelian
a : Konstanta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

3.10 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda berdasarkan uji secara parsial (Uji T), simultan (Uji F) dan koefisien determinasi (R^2)

3.10.1 Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji secara parsial (uji t) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X1 kualitas produk, X2 citra merek dan X3 desain) terhadap variabel dependen (Y keputusan pembelian).

3.10.2 Uji Secara Parsial (Uji T)

Menurut **Suliyanto (2011:62)** uji secara parsial (Uji T) digunakan untuk menguji apakah variabel pengaruh kualitas produk, Citra Merek, Desain Produk, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ Sig $< \alpha$ maka H_0 ditolak, H_a diterima, artinya pengaruh kualitas produk, Citra Merek, Desain Produk, terhadap keputusan pembelian.

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ Sig $> \alpha$ maka : H_0 diterima, H_a ditolak, artinya tidak pengaruh pengaruh Kualitas produk, Citra Merek, Desain Produk, terhadap keputusan pembelian.

3.10.3 Uji Korelasi (R)

Uji korelasi yaitu analisis yang dipakai untuk mencari hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif. Misalnya variabel X dengan Y, tujuannya untuk menentukan seberapa erat hubungan antar dua variabel. Variabel X dan Y dinyatakan memiliki korelasi jika X dan Y memiliki perubahan variasi yang satu sama lain berhubungan, artinya jika variabel X berubah, maka variabel Y pun berubah.

Tabel 3.1 kriteria pengujian

Nilai Korelasi	Keterangan
0	Tidak ada korelasi
0.00-0.199	Korelasi sangat rendah
0.20-0.399	Korelasi rendah
0.40-0.599	Korelasi sedang
0.60-0.799	Korelasi kuat
0.80-1.00	Korelasi sangat kuat

Sumber: Sulyanto (2011:16)

3.10.4 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Koefisien determinan (R^2) dimaksud untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinan (R^2) antara $0 \leq R^2 \leq 1$. Kriteria untuk analisa koefisien determinasi adalah:

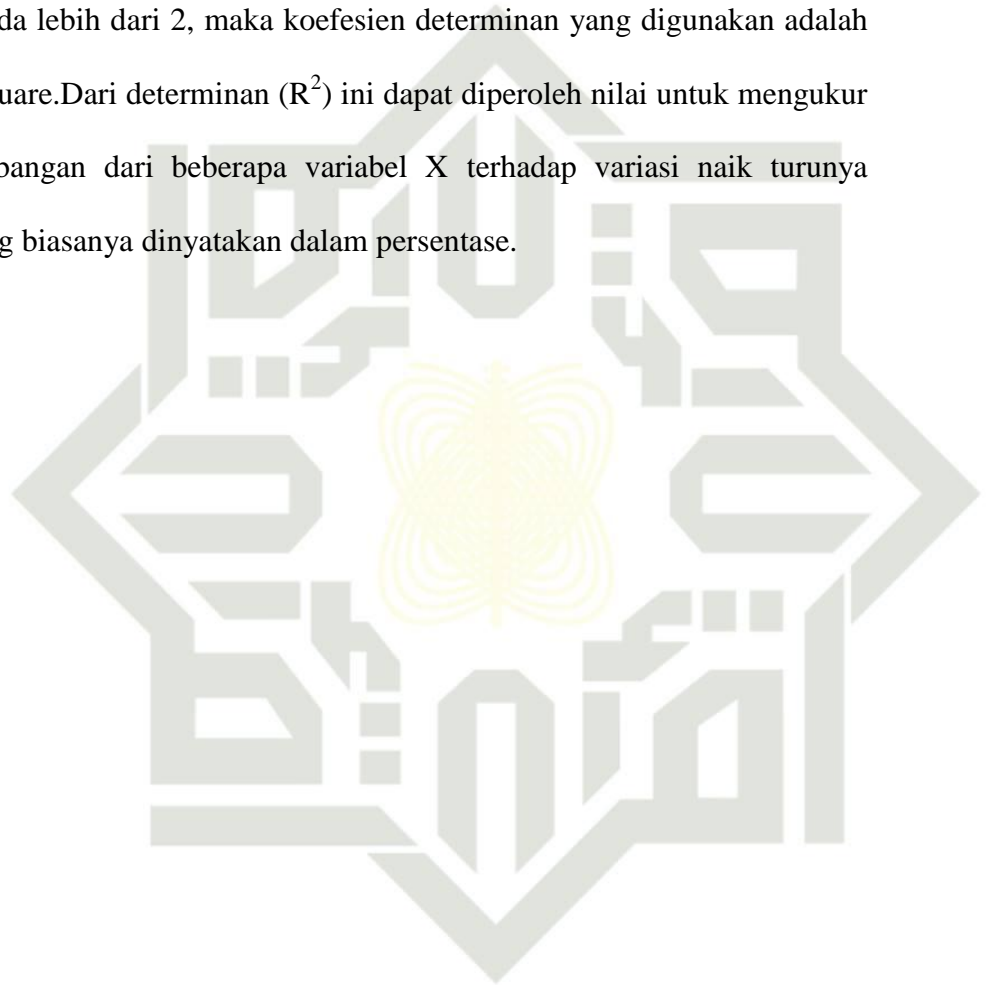
- Jika koefisien determinasi mendekati nol (0), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* lemah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Jika koefisien determinasi mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel *independet* terhadap variabel *dependent* kuat.

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Karena variabel independen pada lebih dari 2, maka koefesien determinan yang digunakan adalah Adjusted R Square. Dari determinan (R^2) ini dapat diperoleh nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam persentase.





1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4. Sejarah Singkat Desa Hidup Baru

4.1.1 Sejarah Desa Hidup Baru

Desa Hidup Baru merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Kampar Kiri Tengan, Kabupaten Kampar. Desa ini awalnya merupakan transmigrasi orang dari pulau jawa ke riau pada masa pemerintahan soeharto, awalnya pemerintahan dibawah pimpinan KUPT seiring berjalannya waktu dipilihlah Kepala Desa dengan system ditunjuk dengan hasil Bapak Sayuti lalu periode selanjutnya Bapak Daryono,Bapak Miftah,Bapak Casjak, dan sampai sekarang dipimpin lagi oleh Bapak Miftah Muhariyanto. Penduduk Desa Hidup Baru sebagian besar ialah suku jawa,dan penduduk setempat sudah banyak yang pindah, mata pencarian sebagian besar ialah petani sawit dan karet juga beberapa pedagang dengan jumlah penduduk 2503 orang.

4.1.2 Batas Wilayah Desa

Letak Geografis Desa Hidu Baru, terletak diantara:

Sebelah Utara : Ptpn V & Pt Tasma Puja

Sebelah Selatan : Bina Baru & Koto Damai

Sebelah Barat : Pt Tasma Puja & Suka Menanti

SebelahTimur : Karya Bakti

4.1.3 Luas Wilayah Desa

1. Pemukiman	:	49	Ha
2. Pertanian Sawah	:	-	Ha



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Ladang/Tegalan	:	-	Ha
4. Hutan	:	-	Ha
5. Rawa-Rawa	:	2	Ha
6. Perkantoran	:	2	Ha
7. Sekolah	:	4	Ha
8. Jalan	:	5	Ha
9. Lapangan Bola	:	1	Ha

4.1.4 Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

1. Laki-laki	:	1289 Orang
2. Perempuan	:	1213 Orang

4.1.5 Lembaga Pendidikan

1. Gedung TK/PAUD	:	2 Gedung/Lokasi di Dusun Suka Damai
2. SD/MI	:	2 Gedung/Lokasi di Dusun Suka Damai dan Dusun
3. SLTP/MTS	:	-
4. TPA	:	2 gedung/Lokasi Di Dusun Suka Damai

4.1.6 Data Tempat Ibadah

1. Masjid	:	2	Buah
2. Mushollah	:	6	buah
3. Gereja	:	1	buah
4. Pura	:	-	Buah
5. Vihara	:	-	Buah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4.2 Kondisi Pemerintahan Desa

4.2.1 Lembaga Pemerintahan

Jumlah aparat Desa

1. Kepala Desa	:	1	orang
2. Seketaris Desa	:	1	orang
3. Perangkat Desa	:	11	orang
4. BPD	:	9	orang

4.2.2 Lembaga kemasyarakatan

Jumlah Lembaga Kemasyarakatan

1. LPM	:	1	
2. PKK	:	1	
3. Posyandu	:	2	
4. Pengajian	:	7	Kelompok
5. Arisan	:	8	kelompok
6. Simpan pinjam	:	4	kelompok
7. Kelompok tani	:	9	kelompok
8. Gapoktan	:	1	kelompok
9.karangtaruna	:	1	kelompok
11.Ormas/LSM	:	1	Kelompok
12.Lain-lain	:	-	kelompok

4.3 Pembagian Wilayah

Nama Dusun

1. Dusun 1 Karya Maju

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Dusun 2 Muara Kampar
3. Dusun 3 Suka damai
4. Dusun 4 Murni jaya

4.4 Visi dan Misi

4.4.1 Visi

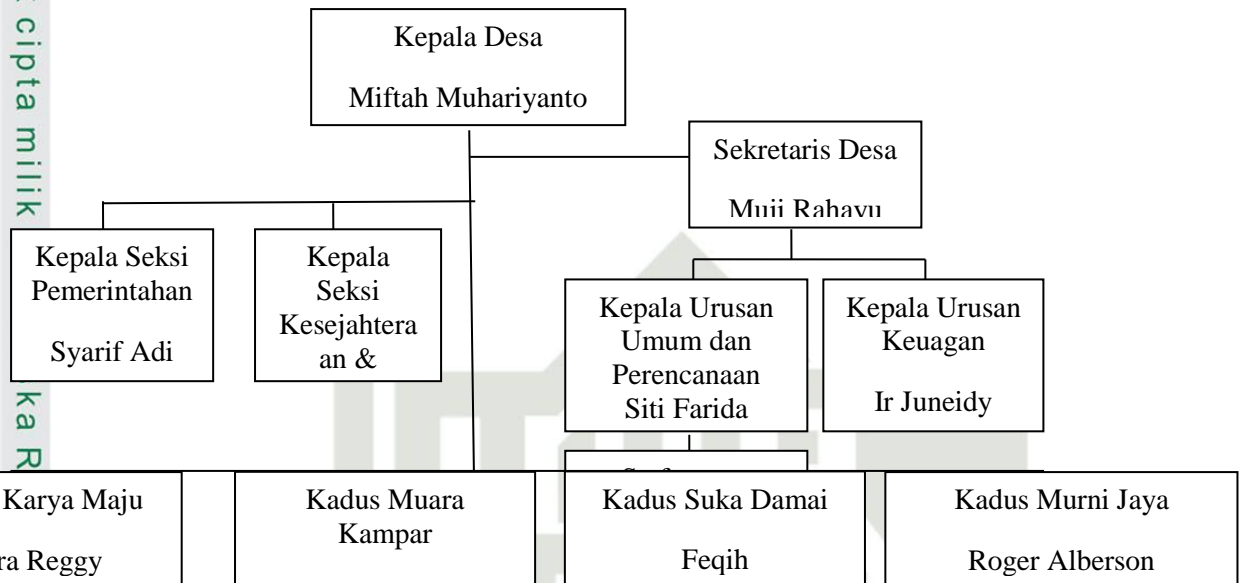
“Terwujudnya Pemerintah dan Masyarakat desa yang maju, damai, aman, harmonis, adil, sejahtera dan demokratis”

4.4.2 Misi

1. Mengembangkan prinsip demokratis dalam memajukan kelembagaan organisasi.
2. Meningkatkan kuantitas dan kualitas hasil pertanian dan perkebunan.
3. Memebentuk lembaga keuangan desa untuk penguatan modal usaha masyarakat miskin.
4. Menjaga stabilisasi dan keharmonisan hubungan antara masyarakat, agama, dan etnis.
5. Menumbuh kembangkan kegotong-royongan, ketaatan menjalankan ibadah sesuai agama yang dianut masyarakat.
6. Mencitakan kenyamanan dalam proses pelayanan masyarakat.

UIN SUSKA RIAU

4.5 Struktur Organisasi Desa



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Desa

Dari Struktur Organisasi Desa di atas mempunyai tugas dan tanggung jawab. Dimana tugas dan tanggung jawab yaitu :

1. Kepala Desa

1. Memegang teguh dan mengamalkan pancasila, melakSanakan UUD 45 serta mempertahankan dan memelihara keutuhan negara kesatuan ri.
2. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
3. Melaksanakan kehidupan demokrasi
4. Menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat.
5. Melaksanakan prinsip tata pemerintahan desa yang bersih dan bebas dari kkn.
6. Menjalin hubungan kera dengan seluruh mitra kerja pemerintahan desa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Mentaati dan menegakan seluruh peraturan perundang undangan.
8. Menyelenggarakan administrasi desa yang baik.
9. Melaksanakan dan mempertanggung jawabkan keuangan desa.
10. Melaksanakan urusan yang menjadi kewenangan desa.
11. Mendamaikan perselisihan masyarakat di desa yang dapat dibantu oleh lembaga adat desa.
12. Mengembangkan pendapatan masyarakat dan desa.
13. Membina, mengayomi dan melestarikan nilai-nilai sosial budaya dan adat istiadat.
14. Memberdayakan masyarakat dan kelembagaan di desa.
15. Mengembangkan potensi sumber daya alam dan melestarikan lingkungan hidup.
16. Memberikan laporan penyelenggaraan pemerintahan desa kepada bupati/walikota, memberikan laporan keterangan kepada BPD serta menginformasikan laporan penyelenggaraan pemerintahan desa kepada masyarakat.
17. Laporan penyelenggaran pemerintahan desa disampaikan kepada bupati/walikota, melalui camat satu (1) kali dalam satu (1) tahun.
18. Laporan pertanggungjawaban kepada bpd disampaikan satu (1) kali dalam satu (1) tahun dalam masyarakat BPD.
19. Menginformasikan laporan penyelenggaraan pemerintahan desa kepada masyarakat dapat berupa selebaran yang ditempelkan pada

papan pengumuman atau secara lisan dalam berbagai pertemuan masyarakat desa atau radio komunitas.

20. Laporan akhir masa jabatan kepala desa disampaikan kepada bupati/walikota melalui camat dan kepada BPD.

2. Sekretaris Desa

1. Memberikan saran dan pendapat kepada kepala desa.
2. Memimpin, mengkoordinir dan mengendalikan serta mengawasi semua unsurkegiatan sekretaris desa.
3. Memberikan informasi mengenai keadaan sekretaris desa dan keadaan umum desa.
4. merumuskan program kegiatan kepada kepala desa.
5. Melaksanakan unsur surat menyurat kearsipan dan laporan.
6. Mengadakan dan melaksanakan persiapan rapat dan mencatat hasil-hasil rapat
7. Menyusun rancangan anggaran penerimaan dan belanja desa.
8. Mengadakan kegiatan anggaran penerimaan dan belanja desa.
9. Melaksanakan kegiatan pencatatan mutasi tanah dan pencatatan administrasi pemerintahan.
10. Melaksanakan administrasi pendudukan, administrasi pembangunan, administrasi kemasyarakatan.
11. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh kepala desa.

3. Kepala urusan pemerintah

1. Malaksanakan kegiatan administrasi penduduk di desa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Melaksanakan dan memberikan pelayanan terhadap masyarakat dalam hal kartu tanda penduduk (ktp)-
3. Melaksanakan kegiatan administrasi pemerintah.
4. Melaksanakan pencatatan kegiatan monografi desa.
5. Melaksanakan kegiatan kemasyarakatan antara lain rt. rw. Dan kegiatan ketentraman dan ketertiban serta pertahanan sipil (ctt: sekarang menjadi pelindung masyarakat atau linmas).
6. Melaksanakan penyelenggaraan buku administrasi peraturan desa dan keputusan kepala desa.
7. Melaksanakan kegiatan administrasi pembangunan berdasarkan ketentuan yang berlaku.
8. Melaksanakan, mengawasi serta membina ex-tapol dan kegiatan sosial politik lainnya.

4. Kepala urusan umum

1. Melaksanakan, menerima dan mengendalikan surat-surat desa mempunyai tugas keluar serta melaksanakan tata kearsipan,
2. Melaksanakan penyediaan, penyimpanan dan pendistribusian alat-alat kantor, pemeliharaan dan perbaikan peralatan kantor.
3. Menyusun jadwal serta mengikuti perkembangan pelaksanaan piket.
4. Melaksanakan dan mengusahakan ketertiban dan kebersihan kantor dan bangunan lain milik desa.
5. Menyenggarakan pengelolaan buku administrasi umum.
6. Mencatat inventarisasi kekayaan desa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Melaksanakan persiapan penyelenggaraan rapat dan penerimaan tamu dinas serta kegiatan kerumahtanggaan pada umumnya.
8. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh sekretaris desa.

5. Kepala urusan keuangan

1. Melakukan kegiatan pencatatan mengenai penghasilan kepala desa dan perangkat desa sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Mengumpulkan dan menganalisis data sumber penghasilan desa baru untuk perkembangan.
3. Melakukan kegiatan administrasi, pajak yang dikelola oleh desa.
4. Melakukan kegiatan administrasi keuangan desa.
5. Merencanakan penyusunan apbdes untuk dikonsultasikan dengan BPD.
6. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh sekretaris desa.

6. Kepala urusan pembangunan

1. Melaksanakan kegiatan administrasi pembangunan di desa.
2. Melaksanakan pencatatan hasil swadaya masyarakat dalam pembangunan desa.
3. Menghimpun data potensi desa serta menganalisa dan memeliharanya untuk dikembangkan.
4. Melaksanakan pencatatan dan mempersiapkan bahan guna pembuatan daftar usulan serta mencatat daftar isian proyek/daftar isian kegiatan,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk (X1)

Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen sepeda motor Honda Beat pada Masyarakat Desa Hidup Baru Kampar Kiri Tengah. Hal ini berarti kualitas produk yang baik dapat meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen sepeda motor Honda Beat pada Masyarakat Desa Hidup Baru Kampar Kiri Tengah.

2. Citra Merek (X2)

Secara parsial citra merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen sepeda motor Honda Beat pada Masyarakat Desa Hidup Baru Kampar Kiri Tengah. Hal ini berarti citra merek yang baik dapat meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen sepeda motor Honda Beat pada Masyarakat Desa Hidup Baru Kampar Kiri Tengah.

3. Desain Produk(X3)

Secara parsial desain berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen sepeda motor Honda Beat pada Masyarakat Desa Hidup Baru Kampar Kiri Tengah. Hal ini berarti desain yang baik dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

meningkatkan keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada Masyarakat Desa Hidup Baru Kampar Kiri Tengah.

4. Uji Secara Simultan

Secara simultan atau bersamaan kualitas produk, citra merek dan desain memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen sepeda motor Honda Beat pada Masyarakat Desa Hidup Baru Kampar Kiri Tengah.

5. Uji R dan Adj R²

Nilai korelasi (R) yang dihasilkan adalah sebesar 0,871. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,751. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, citra merek dan desain secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 75,1% terhadap keputusan pembelian, Sedangkan sisanya sebesar 24,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka beberapa saran pelengkap terhadap perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka perusahaan harus mempertahankan dan memperbaiki kualitas produk yang ditawarkan, sehingga konsumen yang membutuhkan suatu produk akan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memilih produk yang kita tawarkan karena kualitas yang diberikan baik. Hal yang bisa dilakukan seperti mempertahankan kualitas sepeda motor Honda Beat tetapi tidak lupa memperhatikan perkembangan sepeda motor lainnya, sehingga jika perusahaan ingin mengembangkan produk mereka, juga harus memperhatikan kualitas yang diberikan.

2. Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka perusahaan harus terus memperhatikan citra yang ada pada masyarakat. Jika citra yang ada buruk maka diperbaiki dengan membangun pandangan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, jika citra baik maka dipertahankan dengan terus memberikan pelayanan yang terbaik baik dibidang jasa maupun produk. Dengan adanya citra yang baik, maka semakin tertarik seorang konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk.
3. Desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka perusahaan harus memperhatikan desain produk mereka, agar konsumen menjadi tertarik dengan produk yang ditawarkan. Untuk produk sepeda motor Honda Beat, perusahaan harus memperhatikan desain dari produk tersebut, baik itu pada segi warna, bentuk, aksesoris ataupun mesin. Perusahaan harus pandai dalam melihat desain yang mungkin bisa menarik pasar dan tidak ketinggalan zaman dengan produk sejenis. Sehingga konsumen akan lebih tertarik dengan produk yang kita tawarkan.
4. Bagi penelitian selanjutnya agar menggunakan teknik penelitian yang berbeda, ataupun menggunakan variabel yang lain, yang tidak terdapat pada penelitian ini. Sehingga dapat memberikan reverensi lebih baik untuk penelitian yang selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran dan *terjemahannya*, Departemen Agama Rrepublik Indonesia, Pustaka Agung Harapan

Buku dan Jurnal :

Ghozali, Imran. 2012. Aplikasi Analisis Multivariale dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro

Hermawan Ahmad Fambang, Retno Endah Supeni, Akhmad F.Rozi(2018).Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Beat di Dealer MPM Motor Kalisat – Jember, Jurusan Manajemen Universitas, Muhammadiyah, Jember

Juliana Kadek Edi, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, Gede Putu Agus Jana Susila (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat*, (Studi Kasus Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Ekasakti Padang), Jurusan Manajemen,Universitas Ekasakti Padang

Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. 2010. Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi Ketiga belas. Jakarta : Erlangga Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2013. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi13, Erlangga

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Management, (16thEdition), New Jersey: Prentice Hall Published

Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). Prinsip-prinsipPemasaran.Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga Kuncoro, Mudrajad, 2009. Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Erlangga : Bandung

Maulau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Samapai Era Modernisasi Global*. Bandung : ALFABETA, cv

Noval, Nanda (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Yamaha V-ixion di CV. Kariso Utama Kecamatan Tualang Kabupaten Siak, Jurusan Manajemen, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim,Riau

Nuzula Abdussalam (2018) Pengaruh Iklan, Kualitas produk, dan Citra merek terhadap keputusan pembelian Honda Beat studi kasus pada dealer Eka



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Prima Surabaya, Jurusan Manajemen, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Pratiwi, Ragil Intan.(2018). *Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, Brand Image, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Luwak White Koffie)*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Rahmi Selvia Jhon Rinaldo, Rizka Hadya (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matik Honda Beat (Studi Kasus Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Ekasakti Padang)*. Universitas Ekasakti.Padang

Siadi, Nugroho J, 2010 “Perilaku Konsumen Cetakan 4 Edisi Revisi”. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.5

Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kombinasi(Mix Methode)*.Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.

Suliyanto. 2011. “*Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*”. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta

Smyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen: Paduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen*. Yogyakarta : CPNS

Smyoto, Danang. 2014. *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS

Tiptono, Fandy. 2011. *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta : ANDI

Tiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta

Tiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran: Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset

Sewito Yudhi (2017). *Kualitas produk, Merek dan Desain pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio*, Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado

www.astra-honda.com



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Lampiran I

KUESIONER

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN DESAIN

PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR

HONDA BEAT (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DESA HIDUP

BARU, KAMPAR KIRI TENGAH)

Kepada

Yth. Bapak/Ibu/Saudara

Pengguna sepeda motor Honda Beat di desa Hidup Baru, Kampar Kiri Tengah

Dengan hormat, bersama kuesioner ini saya :

Nama : Agustin Eka Nurhasanah

NIM : 11671202247

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Universitas : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Ditengah kesibukan Bapak/Ibu/Saudara, perkenankanlah saya untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk meluangkan sedikit waktu guna mengisi angket/kuesioner yang saya sertakan berikut ini.

Angket ini bertujuan untuk kepentingan ilmiah, oleh karena itu jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara berikan sangat besar manfaatnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya manajemen pemasaran. Angket ini tidak ada hubungannya dengan status dan kedudukan Bapak/Ibu/Saudara dalam perusahaan

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

maka jawaban yang benar adalah jawaban yang benar-benar menggambarkan keadaan Bapak/Ibu/Saudara.

Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih atas kerjasama dan bantuan yang telah diberikan. Besar harapan saya untuk menerima kembali angket ini dalam waktu singkat.

22 Juni 2020

Agustin Eka Nurhasanah

11671202247



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : _____ (*boleh tidak diisi)
2. Umur : _____ Tahun
3. Jenis Kelamin : () Laki-Laki () Perempuan
4. Pekerjaan : _____
5. Pendidikan Terakhir : () SD () SMP () SMA () D3 () S1

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama.
2. Isilah semua nomor dengan memilih satu diantara 4 alternatif jawaban dengan memberikan tanda cawang (√) pada kolom yang sudah disesuaikan.
3. Lembaran yang telah di isi lengkap, mohon dikembalikan dengan peneliti.
4. Terimakasih dan selamat bekerja.

C. KETERANGAN SKOR PENILAIAN

1. SS : Sangat Setuju = 5
2. S : Setuju = 4
3. CS : Cukup Setuju = 3
4. TS : Tidak Setuju = 2
5. STS : Sangat Tidak Setuju = 1

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

1. Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Di larang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selamat Mengerjakan dan Sebelumnya Saya Ucapkan Terimakasih Atas Waktu Yang Telah Diberikan

1. KEPUTUSAN PEMBELIAN						
No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya melakukan pembelian sepeda motor Honda Beat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan saya					
2	Saya melakukan pembelian sepeda motor Honda Beat karena sudah memiliki informasi yang cukup terhadap produk yang saya inginkan					
3	Saya melakukan pembelian sepeda motor Honda Beat karena popularitas produk yang tinggi dimasyarakat					
4	Saya melakukan pembelian sepeda motor Honda Beat karena mendapatkan rekomendasi dari teman dan keluarga					
5	Saya merasa puas menggunakan sepeda motor Honda Beat dan akan melakukan pembelian ulang dikemudian hari					
2. KUALITAS PRODUK		SS	S	CS	TS	STS
No	Pertanyaan					
1	Saya merasa sepeda motor Honda Beat memiliki keunggulan dari merek yang					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	lainnya					
2	Hanya sepeda motor Honda Beat yang cocok dengan kebutuhan saya					
3	Sepeda motor Honda Beat memiliki bentuk body yang nyaman dikendarai.					
4	Sepeda motor Honda Beat memiliki varian warna yang bermacam-macam dan menarik sesuai selera konsumen					
5	Sepeda motor Honda Beat tidak cepat mengalami kerusakan					
6	Sepeda motor Honda Beat tetap terjaga keawetannya meskipun dipakai dalam jangka waktu lama					
7	Sepeda motor Honda Beat memiliki daya tahan mesin yang tangguh, sehingga mampu menempuh perjalanan yang jauh dan dapat dipakai jangka waktu yang lama					
8	Sepeda motor Honda Beat mudah direparasi apabila mengalami kerusakan					
3. CITRA MEREK						
No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya membeli sepeda motor Honda Beat karena mereknya					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	mudah diingat					
2	Merek sepeda motor Honda Beat merupakan merek yang terpercaya di kalangan masyarakat					
3	Merek sepeda motor Honda Beat sudah sangat populer di pikiran masyarakat					
4	Merek sepeda motor Honda Beat memberikan suatu kesan untuk menimbulkan rasa suka terhadap masyarakat					
5	Merek sepeda motor Honda Beat memiliki kesan yang baik di benak masyarakat					
4. DESAIN PRODUK						
No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya membeli sepeda motor Honda Beat karena sesuai dengan kebutuhan saya					
2	Saya membeli sepeda motor Honda Beat karena berbeda dari merek pesaing					
3	Saya membeli sepeda motor Honda Beat karena kinerja bagus					
4	Saya membeli sepeda motor Honda Beat karena sesuai dengan gaya hidup saya					
5	Saya membeli sepeda motor Honda Beat karena desain					



	produknya membuat saya tertarik dan ingin memilikinya					
6	Desain sepeda motor Honda selaras dengan fitur yang diberikan.					

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KUALITAS PRODUK (X1)									CITRA MEREK (X2)						DESAIN (X3)						KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)					
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	TOTAL X1	X9	X10	X11	X12	X13	TOTAL X2	X14	X15	X16	X17	X18	TOTAL X3	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL Y
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	19
5	4	5	5	4	4	4	4	35	4	5	5	5	4	23	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	21
4	5	5	5	4	4	5	4	36	5	5	5	4	5	24	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	24
4	5	4	4	3	3	4	4	31	5	5	5	5	4	24	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	3	4	4	31	4	2	3	3	4	16	2	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	4	4	4	5	35	5	4	4	5	3	21	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4	5	21
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	4	5	23	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	24
4	4	4	5	4	4	4	5	34	5	5	4	5	4	23	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	3	5	5	5	34	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	4	22
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	5	5	4	4	37	4	4	4	4	5	21	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	23
4	4	4	4	5	4	4	3	32	5	4	4	5	4	22	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	21
4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	5	5	5	5	24	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	5	4	5	35	5	4	5	5	4	23	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	2	2	3	13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	15
4	4	5	4	5	4	4	3	33	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	3	4	31	5	5	4	4	4	22	4	4	4	3	4	3	3	5	3	5	4	20
4	5	4	4	5	4	3	5	34	5	4	4	4	4	21	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	5	5	5	4	36	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	22
4	5	5	4	4	4	5	4	35	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	25
4	3	3	3	4	4	4	4	29	5	4	4	4	4	21	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	16
4	4	3	4	3	4	4	4	30	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	21
5	5	4	5	5	5	5	5	39	4	4	5	4	4	21	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	22
4	4	5	4	5	4	4	4	34	5	5	4	4	4	22	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	21



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	2	3	3	4	5	4	4	29	4	4	4	4	4	20	4	2	3	3	4	5	21	4	4	4	4	3	1	9
5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	5	4	5	5	23	5	5	4	4	4	4	26	4	4	5	5	4	2	2
4	4	4	2	3	3	3	3	26	4	3	3	4	3	17	4	4	4	2	3	3	20	3	4	4	4	4	1	9
4	4	2	4	4	4	4	4	30	2	4	4	3	4	17	4	4	2	4	4	4	22	4	4	4	4	4	2	0
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	4	5	1	9
4	5	4	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	25	4	5	4	5	5	5	28	5	5	5	5	5	2	5
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	2	5
3	3	2	4	4	4	3	4	27	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	2	0
4	4	5	4	4	4	4	4	33	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	5	4	25	4	5	5	5	4	2	3
5	4	4	4	4	5	5	4	35	5	4	4	5	4	22	5	4	4	4	4	5	26	5	5	5	4	5	2	4
3	4	5	3	2	4	4	5	30	5	4	5	4	4	22	3	4	5	3	2	4	21	4	4	4	4	4	2	0
5	5	4	5	5	5	5	4	38	5	4	4	5	5	23	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	4	5	2	4
4	4	4	4	4	3	4	4	31	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	2	0
4	5	5	5	4	4	4	4	35	5	4	5	5	4	23	4	5	5	5	4	4	27	5	4	5	5	5	2	4
5	4	4	4	5	4	5	4	35	5	5	3	5	5	23	5	4	4	4	5	4	26	5	5	4	4	5	2	3
4	3	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	5	4	21	4	3	4	4	4	4	23	4	5	4	4	4	2	1
4	4	3	3	3	4	5	4	30	4	5	4	4	4	21	4	4	3	3	3	4	21	5	4	4	4	5	2	2
4	5	5	5	5	5	4	4	37	5	4	5	4	5	23	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	4	2	3
3	4	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	15	4	4	3	3	3	3	20	3	3	3	3	3	1	5
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	5	4	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	2	5
3	3	3	3	3	4	4	3	26	3	4	5	5	3	20	4	5	5	5	5	4	28	4	4	4	4	4	2	0
3	4	4	4	4	4	3	3	29	5	4	4	5	4	22	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	2	0
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	5	5	5	24	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	5	4	2	3
5	4	4	4	4	4	4	5	34	5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	4	4	25	4	5	4	4	5	2	2
3	3	4	4	3	3	5	5	30	5	5	4	4	4	22	3	3	4	4	3	3	20	5	4	4	4	4	2	1
4	4	3	3	3	3	4	3	27	5	4	4	4	4	21	4	4	3	3	3	3	20	4	4	4	4	4	2	0
4	3	5	3	4	4	3	3	29	4	4	4	4	4	20	4	3	5	3	4	4	23	4	4	4	4	4	2	0
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	5	4	22	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	4	2	2



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	4	3	4	3	4	4	3	29	5	4	3	4	4	20	4	4	3	4	3	4	22	4	3	3	3	4	1
4	4	4	5	5	5	4	4	35	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	5	5	27	5	4	4	4	4	2
3	3	4	4	4	4	4	4	30	3	4	5	4	4	20	3	3	4	4	4	4	22	4	5	4	4	4	2
4	4	3	3	4	3	4	3	28	5	5	4	4	4	22	4	4	3	3	4	3	21	4	4	4	4	3	1
2	2	3	3	3	3	2	2	20	2	2	3	3	2	12	2	2	3	3	3	3	16	4	3	3	3	4	1
3	3	3	3	3	3	4	4	26	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	3	3	1
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	5	5	5	24	4	5	5	4	5	4	27	5	5	5	5	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	2
4	3	4	4	4	5	4	5	33	4	4	5	4	4	21	4	3	4	4	4	5	24	5	5	5	5	5	2
5	4	4	4	4	4	4	4	33	5	5	5	5	4	24	5	5	4	5	4	5	28	5	4	4	5	4	2
4	3	4	4	4	4	4	3	30	5	5	5	5	3	23	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	2
4	3	3	3	3	3	4	3	26	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	3	1
4	4	4	4	4	5	4	4	33	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	4	5	27	5	5	5	5	5	2
4	4	4	4	4	4	5	4	33	4	5	5	5	4	23	4	5	4	5	5	4	27	4	5	5	4	5	2
3	2	3	3	2	3	2	2	20	3	3	2	2	3	13	3	3	3	3	2	3	17	3	3	3	3	3	1
4	4	4	4	4	4	5	4	33	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	4	25	5	4	5	4	5	2
4	3	3	4	3	4	4	3	28	4	5	5	4	4	22	4	3	3	4	3	4	21	4	4	4	4	4	2
4	4	5	5	4	4	4	5	35	5	4	4	5	3	21	4	4	5	5	4	4	26	5	5	4	4	5	2
5	4	5	5	4	4	4	4	35	5	5	4	4	5	23	5	4	5	5	4	4	27	4	5	5	5	5	2
4	4	4	5	4	5	4	5	35	5	5	4	5	4	23	4	4	4	5	4	5	26	4	5	4	5	5	2
5	5	5	5	3	5	5	5	38	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	3	5	28	4	5	5	4	4	2
4	4	4	4	5	5	4	5	35	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	5	26	5	5	4	5	5	2
4	4	5	4	5	5	5	4	36	5	5	5	4	4	23	4	4	5	4	5	5	27	5	4	5	5	5	2
5	5	5	5	4	5	5	4	38	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	2
4	3	3	3	4	4	4	4	29	2	3	3	3	3	14	3	3	3	2	3	3	17	3	3	3	4	3	1
4	4	3	4	3	4	4	4	30	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	4	22	4	4	4	5	4	2
5	5	4	5	5	5	5	5	39	4	4	4	5	4	21	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	4	5	2
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	5	5	2
5	5	5	4	4	4	4	4	35	4	5	5	5	4	23	5	4	5	5	4	4	27	4	5	4	4	4	2



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	5	5	5	4	4	5	4	36	5	5	5	4	5	24	4	5	5	5	4	4	27	5	5	5	4	5	24
4	5	4	4	3	3	4	4	31	5	5	5	5	4	24	4	5	4	4	3	3	23	4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	3	4	4	31	4	2	3	3	4	16	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	3	4	4	4	30	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	4	22	4	4	4	5	4	21
5	5	4	5	5	5	5	5	39	4	5	5	5	4	23	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	4	5	24
4	4	5	4	5	4	4	4	34	5	5	4	4	4	22	4	4	5	4	5	4	26	5	4	4	4	4	21
4	2	3	3	4	5	4	4	29	4	4	4	4	4	20	4	2	3	3	4	5	21	4	4	4	4	3	19
5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	5	4	5	5	23	5	5	4	4	4	4	26	4	4	5	5	4	22
4	4	4	2	3	3	3	3	26	3	3	3	4	3	16	4	4	4	2	3	3	20	3	4	4	4	4	19
4	5	5	5	5	5	4	4	37	4	4	4	4	5	21	4	5	5	5	5	5	29	5	4	5	5	5	24
4	5	4	5	5	5	4	5	37	5	4	4	4	4	21	4	5	4	5	5	5	28	4	5	4	5	5	23
4	4	5	5	5	5	5	5	38	4	5	5	5	5	24	4	4	5	5	5	5	28	4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	4	4	4	33	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	4	4	27	5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	2	2	3	13	2	3	3	3	2	2	15	3	3	3	3	3	15
3	4	5	3	2	4	4	5	30	5	4	5	4	4	22	3	4	5	3	2	4	21	4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	5	5	4	38	5	4	4	5	5	23	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	4	5	24

Lampiran III VARIABEL X1

REKAP JAWABAN RESPONDEN

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	CS	12	12,0	12,0	13,0
	S	67	67,0	67,0	80,0
	SS	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



© Ha

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4,0	4,0	4,0
	CS	15	15,0	15,0	19,0
	S	55	55,0	55,0	74,0
	SS	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	CS	20	20,0	20,0	22,0
	S	47	47,0	47,0	69,0
	SS	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	CS	18	18,0	18,0	20,0
	S	50	50,0	50,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3,0	3,0	3,0

an Syarif Kasim]



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

CS	21	21,0	21,0	24,0
S	50	50,0	50,0	74,0
SS	26	26,0	26,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	17	17,0	17,0	17,0
S	53	53,0	53,0	70,0
SS	30	30,0	30,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2,0	2,0	2,0
CS	10	10,0	10,0	12,0
S	62	62,0	62,0	74,0
SS	26	26,0	26,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2,0	2,0	2,0
CS	16	16,0	16,0	18,0
S	57	57,0	57,0	75,0
SS	25	25,0	25,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



VARIABEL X2

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3,0	3,0	3,0
CS	8	8,0	8,0	11,0
S	40	40,0	40,0	51,0
SS	49	49,0	49,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3,0	3,0	3,0
CS	7	7,0	7,0	10,0
S	51	51,0	51,0	61,0
SS	39	39,0	39,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	4	4,0	4,0	4,0
CS	9	9,0	9,0	13,0
S	48	48,0	48,0	61,0
SS	39	39,0	39,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3,0	3,0	3,0
CS	7	7,0	7,0	10,0
S	45	45,0	45,0	55,0
SS	45	45,0	45,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Ha

ska Riau

St

of Sultan Syarif Kasim I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	CS	12	12,0	12,0	13,0
	S	56	56,0	56,0	69,0
	SS	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

VARIABEL X3

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3,0	3,0	3,0
	CS	9	9,0	9,0	12,0
	S	63	63,0	63,0	75,0
	SS	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3,0	3,0	3,0
	CS	15	15,0	15,0	18,0
	S	51	51,0	51,0	69,0
	SS	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	CS	21	21,0	21,0	22,0
	S	45	45,0	45,0	67,0
	SS	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3,0	3,0	3,0
	CS	18	18,0	18,0	21,0
	S	42	42,0	42,0	63,0
	SS	37	37,0	37,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4,0	4,0	4,0
	CS	19	19,0	19,0	23,0
	S	46	46,0	46,0	69,0
	SS	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	CS	15	15,0	15,0	17,0
	S	47	47,0	47,0	64,0
	SS	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



VARIABEL Y

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	9	9,0	9,0	9,0
	S	52	52,0	52,0	61,0
	SS	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	11	11,0	11,0	11,0
	S	44	44,0	44,0	55,0
	SS	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	10	10,0	10,0	10,0
	S	52	52,0	52,0	62,0
	SS	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	9	9,0	9,0	9,0
	S	52	52,0	52,0	61,0
	SS	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	11	11,0	11,0	11,0
	S	47	47,0	47,0	58,0
	SS	42	42,0	42,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

UJI VALIDITAS

VARIABEL X1

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	28,47	14,736	,645	,874
X1.2	28,50	13,788	,658	,872
X1.3	28,46	14,190	,568	,881
X1.4	28,45	13,260	,780	,859
X1.5	28,54	13,806	,639	,874
X1.6	28,40	14,162	,678	,870
X1.7	28,41	14,325	,668	,871
X1.8	28,48	14,212	,636	,874



VARIABEL X2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	16,97	5,625	,580	,835
X2.2	17,06	5,350	,725	,795
X2.3	17,10	5,303	,668	,811
X2.4	17,00	5,333	,706	,800
X2.5	17,15	5,907	,594	,830

VARIABEL X3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	20,54	9,625	,669	,855
X3.2	20,54	9,241	,664	,855
X3.3	20,54	9,544	,589	,867
X3.4	20,51	8,475	,792	,831
X3.5	20,60	9,010	,654	,857
X3.6	20,47	9,120	,702	,848

VARIABEL Y

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	17,23	4,623	,637	,847
Y.2	17,19	4,357	,690	,834
Y.3	17,25	4,311	,764	,815
Y.4	17,23	4,684	,611	,853
Y.5	17,22	4,315	,721	,826

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UJI RELIABILITAS

VARIABEL X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,886	8

VARIABEL X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,846	5

VARIABEL X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,874	6

VARIABEL Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,864	5

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

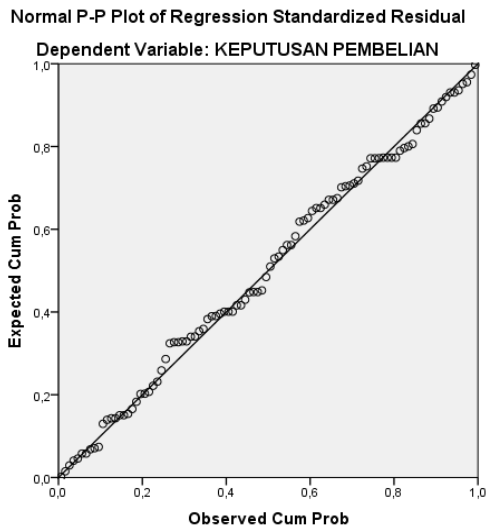
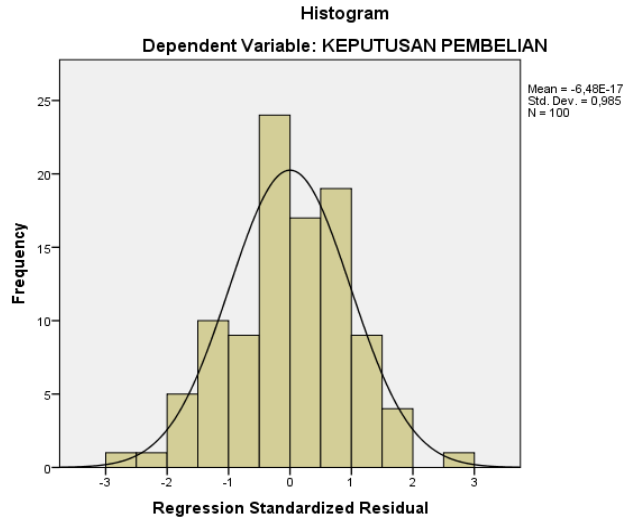


Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI ASUMSI KLASIK

UJI NORMALITAS



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,27525173
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,040
	Negative	-,062
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,414	1,074		3,179	,002		
KUALITAS PRODUK	,218	,058	,357	3,789	,000	,283	3,529
CITRA MEREK	,241	,066	,268	3,677	,000	,475	2,106
DESAIN	,239	,068	,330	3,498	,001	,283	3,540

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,871 ^a	,759	,751	1,295	2,304

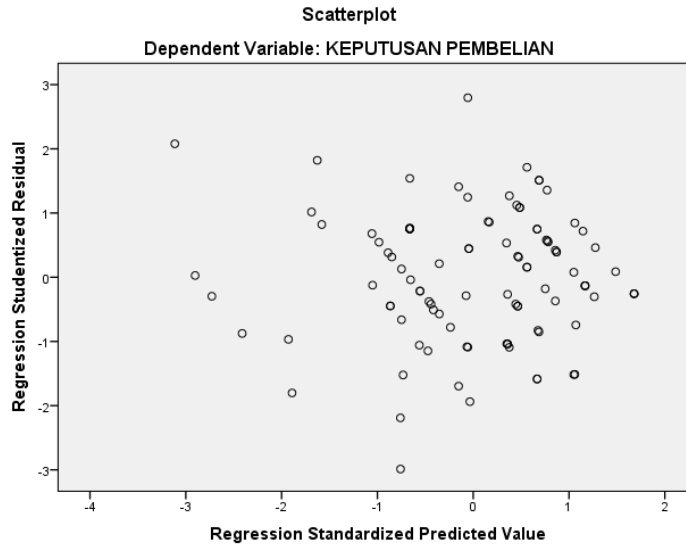
- a. Predictors: (Constant), DESAIN, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
- b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI HETEROSKEDASTISITAS



UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,414	1,074		3,179	,002
KUALITAS PRODUK	,218	,058	,357	3,789	,000
CITRA MEREK	,241	,066	,268	3,677	,000
DESAIN	,239	,068	,330	3,498	,001

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI HIPOTESIS

UJI SIMULTAN

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	505,910	3	168,637	100,553	,000 ^b
Residual	161,000	96	1,677		
Total	666,910	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), DESAIN, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK

UJI PARSIAL

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,414	1,074		3,179	,002
KUALITAS PRODUK	,218	,058	,357	3,789	,000
CITRA MEREK	,241	,066	,268	3,677	,000
DESAIN	,239	,068	,330	3,498	,001

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,871 ^a	,759	,751	1,295

a. Predictors: (Constant), DESAIN, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarar mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarar mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS



AGUSTIN EKA NURHASANAH, Lahir di Pekanbaru, Pada tanggal 17-08- 1998 yang merupakan anak pertama dari dua bersaudara dengan adik Amroni Farid Abdilah yang lahir dari pasangan Bapak Lebo Nasarudin dan Ibu Sunarti.

Penulis mengawali pendidikan formal pada SD Negeri 015 Hidup Baru pada tahun 2004, setelah itu melanjutkan pendidikan tingkat pertama di SMPN 01 Kampar Kiri Tengah pada tahun 2010, pada tahun 2013 melanjutkan pendidikan tingkat atas yaitu SMKN 02 Pekanbaru selesai pada tahun 2016. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan mengambil jurusan manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Penulis melaksanakan Praker Kerja Lapangan (PKL) di Kantor Wilayah Pegadaian Pekanbaru selama 2 bulan, pada bulan Januari sampai dengan bulan Februari 2019 dan melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Bono Tapung Kabupaten Rokan Hulu pada bulan Juli sampai Agustus 2019. Pada tanggal 11 November 2020 Penulis Menyelesaikan Studinya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul Skripsi “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada Masyarakat Desa Hidup Baru Kampar Kiri Tengah.”